



DIPARTIMENTO DI SCIENZE POLITICHE
CATTEDRA DI CAMPAIGNING E ORGANIZZAZIONE DEL CONSENSO

LA CREDIBILITÀ DELL'INFORMAZIONE NELL'EPOCA DELLA POST-VERITÀ

Relatore

Prof. Massimiliano Panarari

Correlatore

Prof.ssa Emiliana De Blasio

Candidata Rachele Fratini

Matricola 638292

Anno Accademico 2019/2020

INDICE

<i>INTRODUZIONE</i>	4
CAPITOLO PRIMO: IL RUOLO DELL'INFORMAZIONE NEL CONTESTO ITALIANO: LE TRE FASI STORICHE	10
1.1 LA LIBERTÀ DI ESPRESSIONE NELLA FASE PRE-MODERNA: L'INFORMAZIONE ELITARIA	10
1.2 FASE MODERNA E INFORMAZIONE SPETTACOLARIZZATA: INTRATTENIMENTO PER TUTTI	13
1.3 POSTMODERNISMO E INFORMAZIONE PERSONALIZZATA. C'È ANCORA BISOGNO DI ESSERE INFORMATI?	17
1.4 IL DECLINO DEI MEDIA TRADIZIONALI. CHI SONO I NUOVI ATTORI?	20
CAPITOLO SECONDO: L'INFORMAZIONE NELL'EPOCA DELLA POST-VERITÀ	23
2.1 CHE COS'È LA POST-VERITÀ: ORIGINE E DIFFUSIONE DEL TERMINE	23
2.2 <i>ECO CHAMBERS</i> , <i>FILTRE BUBBLES</i> E I "PERICOLI" DELL'INFORMAZIONE PERSONALIZZATA	31
2.3 LO <i>STORYTELLING</i> , NOTIZIA COME SINONIMO DI RACCONTO: LEVA SULLE EMOZIONI	35
2.4 LA DIFFUSIONE DELLE <i>FAKE NEWS</i> . SI PUÒ PARLARE DI SCOMPARSA DEI FATTI?	40
CAPITOLO TERZO: I RIFLESSI DELLA POST-VERITÀ NELLA COMUNICAZIONE POLITICA E MEDIATICA ATTUALE	45
3.1 IL RUOLO DELLA CULTURA NEL DISORIENTAMENTO SOCIALE: ORIGINE E IMPATTI DELLA MANIPOLAZIONE INFORMATIVA	45
3.2 POST VERITÀ E POLITICA: UNO STRUMENTO DI POTERE	48
3.3 POSTVERITÀ E POPULISMO, UNA RECIPROCA E "PERICOLOSA" ATTRAZIONE	53
3.4 <i>CASE STUDY</i> . L'OMS DICHIARA IL COVID-19 PANDEMIA INTERNAZIONALE: COME CONTRASTARE LA DIFFUSIONE DI ALLARMISMI E <i>FAKE NEWS</i> ? LA BUONA INFORMAZIONE COME ANTIDOTO	58
CAPITOLO QUARTO: TECNICHE E STRUMENTI PER ARGINARE LA POST-VERITÀ	68
4.1 L'ILLUSIONE DELLA RETE E I SUOI RISCHI; UTILIZZO CONSAPEVOLE DELLE PIATTAFORME DEMOCRATICHE	68
4.2 IL <i>FACT-CHECKING</i> E LA LOTTA ALLE <i>FAKE NEWS</i>	74
4.3 IL DISCORSO DEL PRESIDENTE DEL CONSIGLIO SULLA "FASE 2": UN ESEMPIO PRATICO DI <i>FACT-CHECKING</i>	80

4.4 IL GIORNALISMO NELLA POSTMODERNITÀ: UN MODELLO PER IL FUTURO	83
<i>CONCLUSIONI</i>	89
<i>BIBLIOGRAFIA</i>	93
<i>SITOGRAFIA</i>	95
<i>ABSTRACT</i>	97

LA CREDIBILITÀ DELL'INFORMAZIONE NELL'EPOCA DELLA POST-VERITÀ

“L’informazione è in crisi”, “il cartaceo è destinato a scomparire per sempre”, “siamo bombardati da *fake news*”, “non ci si può fidare dei mezzi di informazione, ormai pensano solo all’interesse e al guadagno”. Una piccola sintesi dell’indignazione e il rammarico che l’opinione pubblica, oggi, rivolge ai mezzi di informazione tradizionali. In sintesi, non ci si fida più, e la diffidenza ha preso il posto della fiducia.

Il quadro appena presentato è il risultato di un *horror vacui* profondo di cui è preda la società, frutto del crollo delle grandi ideologie del passato e del ruolo dei partiti politici tradizionali; un binomio – quello ideologia-partito – che fino agli anni Novanta ha rappresentato un punto di riferimento stabile e un “ponte” tra la comunità e la sfera politica.

Venuto meno il principale referente della “cosa pubblica” – i partiti – dunque, la frattura sociale si è andata riempiendo con soluzioni alternative, spesso fuorvianti e ancora di più antitetiche alle modalità tradizionali di lettura della realtà. Da una parte, l’affermata classe politica – il c.d. establishment – è stata spazzata via da scandali e corruzione; dall’altra, la fine del comunismo è segnata dalla simbolica caduta del muro di Berlino, rendendo anche l’ideologia dominante un porto di approdo non più sicuro per la comunità sociale. E così, il popolo, si è scoperto vulnerabile, emergendo come “suddito ideale del regime totalitario”, fragile e facilmente manipolabile, “incapace di distinguere in modo autonomo e consapevole la realtà dalla finzione” (Arendt, 1948). D’altronde, come scrive Hannah Arendt nel saggio *Verità e politica*: “nessuno ha mai dubitato che verità e politica siano in rapporti piuttosto cattivi l’una con l’altra” (Arendt, 1967).

Con questa premessa dai tratti storico-filosofici, si introduce il presentimento sull’esistenza di un “filtro” tra la società e la realtà dei fatti: uno schermo distorsivo non direttamente imputabile al mondo contemporaneo, ma che ha radici assai longeve. Tuttavia, se un tempo era la classe politica, avallata dal “confezionamento” di un’immagine volutamente non autentica di sé, a distorcere la verità e manipolando l’opinione pubblica, o l’ideologia che – richiamando in causa il pensiero di Karl Marx – è “una sovrastruttura sociale che genera falsa coscienza”, oggi – venuto meno il ruolo del politico e ancor più quello della dottrina tradizionale – i filtri a cui si accennava non solo cambiano, ma si moltiplicano e ingigantiscono, tanto da proiettarsi come delle vere e proprie “bolle” che isolano differenti gruppi sociali e offrono la visione di una realtà distorta e polarizzata. Nonostante la trasformazione, l’esito rimane invariato: la realtà in cui è immersa la società, di ieri e di oggi, viene a galla alterata, distorta e deformata. Le motivazioni che daranno conferma allo scenario proposto saranno ampiamente discusse nel corso della progressione dell’analisi.

Posta la questione centrale, dunque, l’elaborato si pone l’obiettivo di argomentare, confrontare differenti tesi e sintetizzare un’analisi accurata sul ruolo dell’informazione nel mondo attuale. Il fine sarà quello di comprendere come e se la figura del giornalista di professione può fungere da ago della bilancia in tale contesto,

salvaguardando la credibilità dell'informazione stessa e garantendo l'effettiva "verità dei fatti" in un ambiente divisivo e fuorviante.

Lo studio, imbecca, inizialmente, un tracciato storico preciso.

Gli scandali di Tangentopoli e la crisi di fiducia che ne deriva – come sarà dimostrato – si rivelano un terreno fertile per i mezzi di informazione tradizionali; considerando i criteri con cui questi, abitualmente, selezionano e presentano le notizie – tra i quali si segnala quello della "negatività": *bad news is a good news*, come si legge in tutti i manuali deontologici del giornalista – non sorprende che, i media, abbiano invaso il campo della politica proprio quando emerge la "crisi di credibilità" che investe persone, gruppi sociali o istituzioni nei più diversi ambiti e sfere di azione sociale, come diritto, politica, sport, economia, religione (Gili, 2010).

Nel caso del panorama politico-sociale italiano degli anni '90, i mezzi di informazione tradizionali, abbracciano il concetto di "credibilità" proponendosi con nuovi linguaggi e nuovi referenti; in sintesi, rinnovandosi e svincolandosi dal legame "incestuoso" con l'uomo politico corrotto. Il clima di "aria di famiglia" che si respirava tra giornalista e uomo politico, infatti, andava a contaminare quella che si dovrebbe proporre come figura professionale autentica, affidabile e, per l'appunto, credibile.

Si apre, così, una fase storica di grande successo mediatico: la nascita e lo sviluppo della televisione e l'affermazione dell'autorevolezza di grandi testate giornalistiche produce un tipo di informazione "su misura" del cittadino-spettatore e un tipo di comunicazione sempre più vicina alle esigenze e ai nuovi stili di vita che si diffondono in quegli anni. In particolare, la società si caratterizza per l'assennata ricerca di evasione dai problemi quotidiani, la necessità di dare libero sfogo a passioni, la tendenza al forte emotivismo e l'instancabile esplorazione di forme di autorealizzazione improntate al successo e all'affermazione personale. Il quadro raffigurato trasmette l'idea di "fibrillazione sociale" dilagante alla fine dei 'Novanta, ma intercetta solo parzialmente la complessità degli umori dell'epoca; sono i media di allora, infatti, a captare, comprendere e rielaborare nel piccolo schermo le agitazioni della comunità, proponendo un tipo di informazione nuova, sempre più "disintermediata" e vicina all'uomo comune reso – almeno apparentemente – protagonista. Gran parte del successo, in sintesi, si deve alla capacità dei mezzi di comunicazione – sempre più di massa – di saper intercettare il malessere diffuso tra i cittadini e renderlo un proprio punto di forza. In altre parole, i media inscenano questo "dramma conflittuale" che investe la società, mettendo da parte le *issues* della politica, quello che Patterson definisce come "rituale elettorale" (Th. Patterson, 1993) e che fa leva su tre aspetti centrali: centralità delle personalità, sensazionalismo, intrattenimento (Edelman, 2001).

Come è possibile – dopo l'*exploit* mediatico presentato – che il problema della credibilità, oggi, investa anche i principali media informativi in Italia e nel mondo?

Orientando il percorso alla minuziosa ricerca di una risposta, saranno ripercorsi una serie di eventi che, su più fronti, hanno minato la credibilità dei mezzi di informazione degli ultimi anni. In tal senso, emergerà la centralità del cambiamento del ruolo del cittadino nel campo dell'informazione: da *Homo videns*, spettatore passivo e telediretto dello spettacolo della politica prima e dei media poi (G. Sartori, 1997), ad attore attivo,

consapevole e informato a tal punto da ritenere di poter fare a meno dei mezzi di informazione, diventando informatore di sé stesso.

Il percorso seguirà delle tappe storiche adattabili a tutte le principali società democratiche, identificate come “fase pre moderna”, “fase moderna” e “fase post moderna”. A queste fasi verranno associate le corrispettive modalità di “fare informazione” e le conseguenti relazioni tra le tre principali macroaree sociali: quella politica, quella mediatica e quella pubblica.

In questa fase introduttiva, inoltre, è opportuno fare una precisazione. Nella ricostruzione storica delle ragioni che concorrono alla “crisi di credibilità” esposta, si farà unicamente riferimento a contesti in cui la stessa informazione sia considerata un diritto e una libertà inviolabile dell’uomo, saldamente sancita e difesa dalle carte costituzionali, attivamente e sostanzialmente promossa da istituzioni, cittadini e gruppi sociali. L’analisi e le considerazioni che ne derivano non sono altrettanto valide laddove non esistono libertà, ma, al contrario, vige ancora una politica di repressione del pensiero, di censura della stampa e di rigido controllo nella circolazione delle notizie.

Riportando il focus sull’iter storico-sociologico, il primo capitolo dovrà dimostrare l’impossibilità di rintracciare una causa precisa alla base della rottura del “patto di fiducia” tra i cittadini e i media tradizionali a cui si accennava, ma esista piuttosto un dilagare di eventi, contingenze, fenomeni che si susseguono, si sovrappongono, si intrecciano e si alimentano reciprocamente.

Tra questi, emergono lo sviluppo della società dell’informazione e della comunicazione, il predominio di grandi gruppi internazionali e multimediali, l’affermazione del modello *market driven* – attento soprattutto al profitto e disponibile a molti compromessi – la scarsa indipendenza dell’informazione rispetto al potere politico, la perdita dell’autorevolezza e della credibilità della figura del giornalista riconducibile ad un indebolimento dell’etica della professione (Gili, 2010).

I “fattori precipitanti” appena elencati – si rammenta – vanno relazionati al clima di “vuoto” e “paura” posto come *background* storico dell’analisi in corso. Proprio in questo contesto, infatti, nascono e si diffondono il pregiudizio, la diffidenza e la sfiducia, elementi che hanno dato adito a negazionismi faziosi, falsità, esagerazioni e distorsioni del reale che attecchiscono più facilmente in un tessuto sociale pregno di emotività e insicurezza. Risulta chiaro, a questo punto, come il processo delineato si propaghi con particolare facilità ed efficacia nelle specifiche condizioni creatisi tra la fine del secolo scorso (la crisi del “patto di fiducia” negli anni ‘Novanta) e l’attualità. I tumulti sociali, il caos politico e la confusione informativa che emergono da suddetta congiuntura storica, saranno i primi fattori a ledere il ruolo della “verità” come perno centrale del motore informativo; il capitolo, non a caso, si conclude con l’introduzione al *fil rouge* dell’elaborato: il concetto di verità, o meglio, di verità sotto attacco; una condizione che va ad indebolire le fondamenta di una buona informazione.

Il secondo capitolo, di conseguenza, si concentrerà nella comprensione del fenomeno interpellando il funzionamento stesso della mente umana e della sua influenza in tale processo (McIntyre, 2019).

Se non ci si fida più dei mezzi tradizionali di informazione, come si prende conoscenza di un fatto? Quali sono le fonti a cui attingere? Come si sviluppa, in seguito, un'opinione critica sui contenuti con cui si interfaccia il "cittadino-lettore-utente"? Quali sono i riflessi sulle modalità di fare informazione oggi? Esposte le questioni centrali, lo studio sarà indirizzato alla ricostruzione di un quadro quanto più possibile dettagliato in cui collocare il fenomeno di interesse – la post-verità – per dar risposta ai dubbi e agli scetticismi riportati, che negli anni più recenti animano il dibattito di studiosi di vario rango.

Si giungerà, in seguito, ad introdurre nella ricerca un nuovo attore protagonista: le nuove tecnologie del Web 2.0 e i loro impatti sulla società.

L'osservazione, infatti, procederà concentrandosi sull'anticipata affermazione della "società dell'informazione e della comunicazione", in cui i due elementi tendono a confondersi e non sono più riconducibili a particolari sottosistemi della società e ad istituzioni specializzate: tutti possono comunicare, tutti possono informare e, soprattutto, farlo nello stesso momento; fanno informazione e comunicazione le amministrazioni pubbliche, le aziende, i partiti, ma anche il cittadino comune mentre è al bar con gli amici o mentre scrive un post sui social network. Internet, infatti, contribuisce da una parte, a rimescolare la tradizionale distinzione tra emittenti e riceventi, liberalizzando il sistema dell'informazione abbattendo ogni sorta di barriera, ma, dall'altra, permettendo la creazione di contenuti in modo incessante. La conseguenza, è che una notizia incontrollata può diventare un rumore, un fattoide, una *fake news*, arrivando al paradosso finale: liberalizzare l'informazione genera disinformazione (Gili, 2010).

Alla luce della diffusione della digitalizzazione estesa anche al campo della diffusione di fatti e notizie, nel secondo capitolo emergerà il passaggio da una gerarchia precisa, con il giornalista al vertice – appena sotto all'uomo politico – a una totale disintermediazione; dall'informazione professionale e istituzionale a quella che può essere definita come "auto-informazione" con tre regole di base: comunicazione io-io – evitando il confronto e, dunque, la possibilità di evoluzione cognitiva (Lorusso, 2018) – evitamento del dissenso e rafforzamento delle proprie convinzioni. Intanto, le "filter-bubbles" crescono, si diffondono le *fake news* e la post verità prende il sopravvento; e se il primo comandamento del giornalista è quello di dire sempre la verità allora risulta evidente come parlare di "crisi di credibilità dell'informazione", oggi, sia inevitabile.

L'elencazione di termini nuovi, ma ormai consolidati nel linguaggio comune di oggi, è funzionale a proiettare il lettore nell'era postmoderna, i cui tratti principali saranno ampiamente richiamati in corso d'opera. Se ne anticipano alcuni fin da ora, quali il mutamento delle fonti istituzionali in fonti informatiche – di cui spesso non si conosce l'identità, ma che l'opinione pubblica tende a reputare credibili e affidabili – genera la crisi di credibilità dell'informazione tradizionale, tanto da coniare l'espressione "informazione disinformata".

Questo apparente ossimoro trasmette in modo efficace l'idea di alluvione o inflazione informativa a cui si assiste, in cui la disintermediazione del Web 2.0 avalla il bombardamento continuo e caotico di messaggi, suggestioni e slogan (Costa, Gili, 2014). Con i nuovi media, infatti, tutti possono potenzialmente reperire, creare e diffondere notizie, per cui si perdono i confini tra la professione giornalistica e le più diverse pratiche di narrazione, commento e socializzazione di informazioni (Gaggi, Bardazzi, 2010). Parallelamente, sarà

interessante soffermarsi su altri punti caratteristici del tessuto postmoderno. In particolare, il ruolo svolto dalla spettacolarizzazione dell'io – e dunque quella ricerca narcisistica dell'autorealizzazione – la commercializzazione ossessiva, la richiesta continua di aver fiducia e di credere in ciò che viene proposto, il crollo delle distanze e delle differenze, la confusione e la commistione di pubblico e privato, la perdita del rispetto della privacy, la volgarizzazione di ciò che è serio e la legittimazione di ciò che è banale, lo sfruttamento di chi è debole e vulnerabile, l'erosione dei confini tra reale e immaginario, tra realtà e la finzione, tra notizia e intrattenimento (Silverstone, 2007): presupposti, principi, fondamenti e condizioni che agiscono collateralmente sulla funzione sociale dell'informazione.

Solo dopo aver caratterizzato in maniera più dettagliata il *background* su cui muove la dimensione mediatica attuale, si potrà comprendere meglio il senso del prefisso “post”: post-moderno, perché è si è passati per un preciso e ineluttabile decorso storico e post-verità, nel senso che si è andati “oltre”. Per quanto concerne il filo conduttore della ricerca, non si farà riferimento a tale concetto come ad un qualcosa che viene dopo la verità, ma sarà effettuata una lettura sincronica e trasversale del fenomeno, intendendolo come qualcosa che va – per l'appunto – “oltre” la verità stessa, la supera, e ne decreta una perdita di valore e rilevanza ai fini della discussione e competizione politica. (McIntyre, 2019).

Saranno riportate, confrontate, scisse e ricomposte le pullulanti tesi odierne sul tema della post-verità, termine che fa irruzione nel lessico quotidiano nel 2016, quando gli *Oxford Dictionaries* hanno ritenuto imprescindibile eleggerla come parola dell'anno, e si colloca al centro del dibattito attuale sul ruolo dell'informazione e del giornalismo.

Seppure la locuzione risulti distintiva della *media-society* precedentemente introdotta – quella dello spazio pubblico all'insegna della disintermediazione, caratterizzata da una forte componente personale ed emotiva – sarà interessante ricostruire il significato della post-verità partendo da origini più antiche che si celano in essa.

Tuttavia, l'uso di tale concetto risulta negli anni passati sporadico e vago e troverà la sua “fortuna” solo nello sviluppo della società contemporanea e della cultura post-moderna.

Per concludere il preambolo esposto, si accenna a quello che Bolter e Grusin definiscono “*remediation*” (Bolter, Grusin, 2012), ossia un'esortazione al passaggio da un clima competitivo ad uno di maggiore integrazione tra il “vecchio” e il “nuovo”, permettendo ai media di reinventarsi e di ridefinire i confini tra sfera pubblica e sfera politica. Questo, risulta perfettamente in linea con l'auspicio di scuotere i media informativi – di ieri e di oggi – portandoli a riflettere su sé stessi e sul loro ruolo delle società democratiche. Le conclusioni dello studio proposto, infatti, rifletteranno sulle possibilità e le modalità per realizzare tale auspicio.

La posizione ambigua in cui si è venuto a trovare lo statuto dell'informazione oggi – dove ampliamento dei fatti notiziabili e velocizzazione dei tempi nella loro produzione – richiede un'urgente reazione da parte del giornalista professionale (Sorrentino, 2018). L'accresciuta sensibilità culturale della sfera pubblica richiede nuove strategie comunicative, mirate a creare nuovi spazi di confronto, dialogo e sviluppo di un giudizio critico costruttivo (Maddalena, Gili).

L'importanza di un'informazione autorevole e affidabile, inoltre, emergerà con chiarezza nel caso di studio riportato, quello che richiama in causa la tragica pandemia di Coronavirus. Falsi allarmismi, *fake news* e bufale spudoratamente messe in circolazione da discutibili “medici”, “ricercatori” e “esperti” invadono le piattaforme virtuali che proprio nella fase di “quarantena forzate” vengono ripetutamente consultate. Verrà segnalato anche lo scellerato utilizzo dei canali informali di comunicazione, facendo leva proprio sull'emotivismo sociale dei cittadini che, trovandosi in uno stato emotivo alterato, appaiono più vulnerabili, si rivelano incapaci di distinguere il ver dal falso e risultano anche più facili da impressionare. Non è un caso, dunque, se le uniche attività commerciali a rimanere aperte – insieme a farmacie e negozi di generi alimentari – sono le edicole; segnale che una buona informazione può essere “l'antidoto”, il nuovo “porto sicuro” contro il bombardamento di ipocrisie.

In sintesi – per rispondere alla progressiva perdita di rilevanza – i media devono elaborare forme di interazione che siano realmente in grado di coinvolgere la nuova tipologia di individui a cui si rivolgono nella comunicazione; sarà possibile riscattarsi sfruttando la maggiore orizzontalità del digitale e attivando adeguate modalità di convocazione delle loro conoscenze, che le valorizzi realmente: una promessa che le nuove forme di comunicazione fanno intravedere, ma ancora non riescono a sostanziare. La disintermediazione, che oggi rappresenta un ostacolo, deve diventare un'alleata del giornalista, che deve essere in grado di ricostituire la gerarchia informativa (Sorrentino, 2018). Come si vedrà, non è un'impresa facile, tuttavia, nemmeno impossibile.

IL RUOLO DELL'INFORMAZIONE NEL CONTESTO ITALIANO: LE TRE FASI STORICHE

1.1 La libertà di espressione nella fase pre-moderna: l'informazione elitaria

“I fatti per un giornalista politico non parlano mai da soli. O dicono troppo o dicono troppo poco. Quando dicono troppo bisogna farli parlare più sottovoce, quando dicono troppo poco bisogna integrarli per renderli al loro significato. Ma la chiarezza in questo lavoro è ingombrante”.

Enzo Forcella

L'interazione fra gli ambienti giornalistici e gli apparati di partito della Prima Repubblica si distingue per una forte intensità, paragonabile ad una sorta di asservimento del giornalista professionale alla figura del politico. La citazione di Enzo Forcella con cui si introduce il paragrafo, allude proprio a questo clima di “reciproco adattamento” tra sfera politica e sfera mediatica dei primi anni repubblicani, sul quale la notizia doveva essere modellata e adattata. Dunque, “il fatto” non deve, o, meglio dire, non può svincolarsi dal contesto in cui si manifesta: il giornalista difficilmente può essere considerato un arbitro imparziale nella divulgazione dei fatti, perché deve sempre rispondere a contingenze esterne che influenzano la propria condizione di neutralità. Il politichese di cui si imbevono le testate dell'epoca – di cui si tratterà meglio più avanti – è un modello opposto a quello della trasparenza, della chiarezza e dell'efficacia informativa, i cardini del “fare giornalismo” nella modernità. Per quanto concerne l'approccio del giornalista ai “fatti” da diffondere all'opinione pubblica, la scelta di modellarne la forma – che non siano troppo ingombranti, ma abbastanza rilevanti per buona parte dell'opinione pubblica – modularne il volume – che non facciano troppo rumore, ma che si facciano comunque sentire – e di distorcerne volutamente la visione – che non appaiano troppo gravosi, ma che se ne percepisca comunque l'intensità – rende il ruolo di questa figura professionale tutt'altro che facile e l'informazione trasparente, chiara, diretta e aperta a tutti, in un contesto come quello italiano, fatica a decollare.

Così – mentre nel resto del mondo galoppa l'era della modernizzazione, all'insegna della mediatizzazione e dell'affermazione della politica-spettacolo – in Italia permane un clima di tradizione e “familiarità”, trascinante nei corridoi del transatlantico, ampio spazio antistante all'aula di Montecitorio dove avveniva l'incontro tra arena politica e mediatica. Il rapporto tra il giornalista e il politico dei primi anni della Repubblica si riduce a rapporti personali, amicali che, inevitabilmente, proiettavano un tipo di informazione filtrata dalla maggiore o minore empatia che tali legami generavano. Il giornalista, dunque, ha il suo uomo politico di riferimento con cui è fondamentale mantenere buoni contatti.

Il giornalismo politico ai suoi esordi, infatti, si pone proprio l'obiettivo di informare i cittadini circa le dinamiche di gestione della cosa pubblica, di cui i rappresentanti politici si rendono protagonisti. In una democrazia ancora giovane e inesperta, dunque, sono i decisori pubblici a tirare le redini dell'informazione e il giornalismo – come genere libero da censura – inizia a svilupparsi all'ombra dei luoghi istituzionali. È proprio

questo aspetto che va rintracciata la prima causa di ritardo e squilibrio nello sviluppo del processo di modernizzazione dell'informazione nel nostro paese (Giorgino, 2017).

In realtà, la storia dell'affermazione della libertà di espressione nel Paese ha origini molto antiche. Già dal 1789, con la proclamazione dei diritti dell'uomo e del cittadino, possono essere ricalcate le fondamenta della libertà di espressione, collocando nella data del 26 agosto 1789 la nascita formale del giornalismo. L'articolo XI della carta recita testualmente:

“La libera comunicazione del pensiero e delle opinioni è uno dei diritti più preziosi dell'uomo: ogni cittadino può dunque parlare, scrivere, stampare liberamente, salvo rispondere dell'abuso di questa libertà nei casi determinati dalla legge”.

questo ritaglio della Dichiarazione risulta fondamentale per diffondere tale libertà – all'epoca tutt'altro che scontata – anche negli altri paesi europei.

Per quanto riguarda l'Italia, proprio con l'arrivo di Napoleone iniziano a proliferare i primi giornali e le varie tipologie di scritti che “infiammeranno” l'Italia negli anni avvenire. Nonostante lo slancio, fino al 1850 l'informazione tende ad avere una vocazione strettamente dedicata alla politica che, come anticipato, tende a frenare la diffusione di un genere popolare e di intrattenimento. È la stampa, dunque, a confermarsi come strumento principe di informazione, ma il giornalista di allora rimane ancorato un tipo di comunicazione ristretta alle élite del paese.

La ragione del ricorso ad un linguaggio ostico e lontano dal gergo popolare – il politichese – va rintracciata nel quadro di tutele fragili e limitativo su cui poggia l'attività giornalistica di allora. La costituzione dell'effimera Repubblica Cispadana, infatti, introduce nel secondo articolo il riferimento alla libertà di stampa, recitando:

“Niuno può essere impedito a dire, scrivere, e pubblicare anche colle stampe i suoi pensieri, fuorché ne' casi determinati dalla Legge, e non può, se non in questi, essere responsabile di ciò che ha fatto, o pubblicato”.

Risulta chiaro, dunque, come i vincoli e le restrizioni che il giornalismo deve affrontare siano, nella sostanza, invalicabili: il giornalismo sotto la politica. In sintesi, l'Italia nasce come un Paese in cui le libertà di stampa stentano ad affermarsi oltre la carta; bisogna attendere il 1878, con la fondazione de *“Il Messaggero”* lanciato da Luigi Cesana – che si impone come il “giornale dei giornali” dall'offerta informativa intrisa di scandalismo spicciolo, gossip, cronaca giudiziaria “pulp” (i processi) e cronaca cittadina, avvicinandosi alla cultura popolare e riducendo il gap tra mondo dell'informazione e società. Ciononostante, la libertà di stampa e l'industria commerciale dei media evidenziano uno sviluppo tardivo, e l'influsso dei finanziamenti pubblici che influenza la redditività economica dei giornali stessi da un lato sono determinanti per la loro sopravvivenza, ma dall'altro pongono un vincolo alla libera offerta informativa.

È stato introdotto, così, il caso italiano: arena di un forte collateralismo tra i poteri politici e quelli informativi, caratterizzato da un atteggiamento servile del giornalista all'uomo politico e da forte strumentalizzazione dei media da parte del governo, dei partiti e degli industriali che influiscono sull'informazione – come si è visto – anche da un punto di vista economico.

Ripercorrendo storicamente l'evoluzione dell'informazione in Italia, infatti, risulta fin da subito chiaro come politica, economia, informazione e cultura si siano sempre condizionate reciprocamente, a volte alleandosi, a volte scontrandosi, a volte – come nel caso della politica e dell'informazione – perfino scambiandosi di ruolo (Giorgino, 2017). Bisogna comprendere, dunque, come e quando è avvenuto il passaggio dalla stagione dei media al servizio della politica a quella della politica al servizio dei media; in altre parole, il passaggio da una fase pre moderna dell'informazione ad una fase moderna, secondo la classificazione della scienziata politica americana Pippa Norris (Norris, 1997). È inevitabile, a questo punto, un rimando al modo in cui è nata la Prima Repubblica per rintracciare i primi segnali di politica spettacolo fino a giungere a quella che oggi viene definita come “politica pop” (Mazzoleni, Sfardini, 2009).

Dalle elezioni del 18 aprile del 1948, la propaganda inizia a fare leva sull'immaginario collettivo e sul folklore a suon di comizi di folla; anche se ancora non c'era la televisione, lo scontro durissimo tra destra e sinistra e la contrapposizione ideologica nemico-amico – germe del populismo – sono un preludio alla spettacolarizzazione e all'apertura della comunicazione politica alle masse. Fino ad oggi, infatti, spettacolarizzazione della politica e messaggi in politichese rappresentano le due facce della democrazia in Italia, dando luogo a fasi alterne e spesso combinandosi tra loro (Marletti, 2010). Di conseguenza, si asserisce una mediatizzazione dai riflessi ambivalenti, ma irreversibili.

Il processo di apertura dell'informazione alle masse è reso possibile ed è garantito dall'affermazione definitiva della libertà di espressione e di stampa in Italia, cosa che può sembrare banale e scontata oggigiorno, ma che dopo un ventennio di censure e violente repressioni rappresenta una delle più grandi conquiste sancite nella Carta costituzionale con cui si annuncia la Prima Repubblica. Una democrazia ideata e modellata da lungimiranti padri costituenti che in dodici articoli hanno fissato in modo chiaro e solenne i principi fondamentali a cui ancorare il nuovo ordinamento, per poi foggare diritti e doveri spettanti a tutti i cittadini e concludere con la definizione delle figure istituzionali e dei loro rapporti nello Stato repubblicano. E così, la nascente Repubblica democratica italiana, riconosce e promuove il diritto di tutti i cittadini a manifestare liberamente il proprio pensiero “con la parola, lo scritto e ogni altro mezzo di diffusione”, recita l'articolo 21, dove l'assemblea costituente – fatta eccezione per alcune particolari circostanze – ha voluto ribadire: la stampa non può essere soggetta ad autorizzazione o censure.

Nella prima fase repubblicana, tuttavia, la piena ed effettiva libertà risulta difficile da promuovere nella sua sostanza e la situazione non appare molto diversa da quella che ha preceduto gli anni della dittatura fascista. Il giornalista di professione deve far ricorso, infatti, a quell'artificioso politichese a cui si accennava per far passare alcuni messaggi che, altrimenti, sarebbero stati censurati. Nella fase di avviamento di una democrazia ancora fragile e vulnerabile, in pratica, era più importante mantenere l'unità costituzionale, testando la tenuta democratica a costo di qualche restrizione che avrebbe potuto generare nuove tensioni sociali. Alla luce della fase storica di assestamento, il giornalista fa volutamente ricorso a questo tipo di linguaggio poco comprensibile alle masse, composte ancora in prevalenza da contadini e analfabeti. L'informazione della Prima Repubblica, si può concludere, è fatta di “messaggi di fumo” (Marletti, 2010), che saturano l'aria e non fanno

trapelare il significato che si vuole realmente trasmettere. Questo espediente comunicativo è utilizzato in primo luogo dai politici, di cui si rammentano solenni discorsi dai toni alti, ma dalla scarsa capacità comunicativa, ma si estende inevitabilmente anche negli ambienti giornalistici. È l'era di un'informazione elitaria che stenta ad appropriarsi della propria funzione sociale: informare, educare, responsabilizzare il neo-popolo repubblicano

1.2 Fase moderna e informazione spettacolarizzata: intrattenimento per tutti

Negli anni '80 si apre un decennio allegro e consumista, in cui il dominio di una spettacolarizzazione diffusa apre la strada ad un'audience più segmentata e differenziata che si sostituisce al pubblico passivo di massa. Il cambiamento sociale e la fibrillazione delle masse, sempre più improntate all'affermazione e alla ricerca di maggiore appagamento personale, avrebbe dovuto essere accompagnato da un periodo di riforme e adattamenti anche nel sistema dei mezzi di informazione tradizionali: rivolgersi ad un pubblico nuovo, significa adottare ad un linguaggio rinnovato.

Difatti, l'Italia vive in quegli anni una crescente mediatizzazione, grazie alla diffusione della televisione, al ruolo della pubblicità e alla commercializzazione dell'etere, caratterizzata, però, dall'assenza di una parallela regolamentazione nel settore. Così, come riconosce Marletti (Marletti 2010), politici di destra e di sinistra si lasciarono trascinare nel vortice mediatico in cui vigevano le regole del "*laissez faire*" guidato dalla "mano invisibile dei media". L'obiettivo principale dei mezzi di informazione diviene, in pratica, quello di vendere un prodotto – proprio come avviene in un qualsiasi mercato – e per farlo devono essere in grado di confezionare le proprie merci, le notizie, sulla base dei gusti dei consumatori e seguendo l'andamento delle dinamiche domanda-offerta. È chiaro come, adottando questa prospettiva, il messaggio che il giornalista rivolge all'opinione pubblica non può più essere oscuro e fumoso; al contrario, sono i colori, gli effetti speciali e le montature inedite i dettami da seguire per portare una *news* nel piccolo schermo e fare in modo che questa sia accolta da un'ampia fetta di audience.

In questo contesto di liberismo mediatico si rintraccia l'ascesa e l'affermazione di Silvio Berlusconi, "l'uomo nuovo" che propone un nuovo tipo di relazionarsi al pubblico a suon di messaggi diretti e semplificati nell'esposizione, saturi di promesse e carichi di sensazionalismo; poco importa se l'impegno politico verrà rispettato o meno, l'importante è generare consenso.

In sintesi, si diffonde anche nella penisola italiana il processo di mediatizzazione, che rimanda all'inevitabile influenza strutturale esercitata dai media sul sistema politico e su quello sociale. Gli effetti che ne conseguono evidenziano delle tendenze generali, tangibili nell'incremento di alcune figure professionali addette ai comparti pubblicitari, marketing e media management e atte alla creazione di un rapporto sempre più stretto tra informazione e politica (Sorice, 2011).

Da un lato, il quadro presentato rappresenta un grande impulso democratico, in quanto i media si fanno veicolo di valori, idee e promotori di una partecipazione democratica più attiva ed estesa; dall'altro, però, va anche segnalato un aumento della vulnerabilità delle masse facilmente manipolabili dai detentori del "potere",

non assimilabile a singoli soggetti, ma ad un intero apparato: quello dei nuovi mezzi di comunicazione che monopolizzano l'informazione.

In questo contesto, anche la stampa fa notevoli passi in avanti sperimentando e maturando nuove forme di informazione e comunicazione ad ampia diffusione, elaborando giornali illustrati, gazzette e, in generale, nuovi organi di informazione. I più pessimisti però, come i critici della scuola di Francoforte, vedono in questa realtà dei meccanismi di *newsmaking* che tendono, sì, a ridurre la complessità sociale, ma che sono causa di un impoverimento informativo necessario ad una società realmente democratica (Schlesinger, 1987; Blumer, Gurevitch, 1995). Al di là del dibattito sul ruolo assunto dall'informazione nella fase moderna, è chiaro come il passaggio da uno schema di fare informazione strutturato, ritualizzato e ristretto alle élite, ad uno più "multidirezionale", crei un pubblico più ampio, diversificato e partecipe. La sfera politica e quella mediatica – prima connesse da un legame esclusivo – devono ora considerare il nuovo peso assunto dalla sfera pubblica.

Sebbene la stampa – come anticipato – attraversi una fase di cambiamento, è la televisione la vera protagonista dell'informazione in questo frangente storico. Pervasivo e diretto, il nuovo apparecchio irrompe nelle case degli italiani raggiungendo segmenti di pubblico prima marginalizzati (Sorice, 2011). Insomma, si assiste ad uno spostamento verso il privato (Lorusso, 2018) in cui è l'uomo comune ad essere posto al centro. Proprio le peculiarità introdotte, producono nella massa di spettatori una logica di affidamento al *medium* televisivo: il pubblico si lascia trasportare dal discorso e si proietta all'interno della trasmissione stessa, dai format e dai contenuti sempre aggiornati e coinvolgenti. Mentre la carta stampata manteneva ancora una sorta di barriera tra il "fatto" esposto e la realtà del vissuto, con la televisione si inizia a riscontrare una completa immersione nelle vicissitudini rappresentate, ingenerando nella comunità una destabilizzante confusione tra realtà e finzione. Le implicazioni riguardano sia le nuove trasmissioni – caratterizzate da una dimensione testimoniale forte e che – raccontando da vicino i fatti della realtà – si offrono come "finestra sul mondo" (Lorusso, 2018), sia i tradizionali telegiornali, che conformano le modalità di trasmettere *news* e informazioni ai "format" della mediatizzazione in corso.

Tale processo, difatti, contribuisce in modo decisivo alla genesi di una "democrazia media-centrica", differente in modo significativo dalla tradizionale democrazia liberal-rappresentativa che ha dato i natali alla libertà di espressione e ha permesso il decollo delle prime attività di giornalismo come professione "libera". A cambiare, innanzitutto, sono i "tempi" e gli "spazi" dedicati al dialogo e al confronto tipici di una società democratica; il termine "videocrazia" (Darren Lilleker, *Key Concepts in Political Communication*, 2006) va proprio a sintetizzare il predominio dell'apparato televisivo all'interno della democrazia media-centrica e sottolinea il ruolo svolto dalla cultura visuale nel nuovo contesto informativo. In particolare, come si anticipava, le logiche del "fare informazione" sono potentemente influenzate da inserzionisti pubblicitari, i quali hanno il fine ultimo di generare profitti e, per farlo, devono assicurarsi un pubblico ampio e diversificato. Inevitabilmente, la rilevanza di un "fatto" inizia ad essere scavalcata dalla sua potenziale visibilità e diffusività, generando un flusso di notizie dominato da immagini, colori, effetti speciali e condotto da giornalisti selezionati sulla base di un certo "*appeal*" e stringenti criteri di telegenicità. In sintesi, la divulgazione dei fatti viene

confezionata e offerta con modalità innovative, più idonee a garantire un certo livello di copertura mediatica. Se la televisione, dunque, rappresenta in sé una novità, si intravedono in tale contesto una serie di future declinazioni di questo fenomenale marchingegno che stravolgeranno irreversibilmente il modo di fare informazione.

Seguendo il preannunciato processo evolutivo, si giunge nell'era dell'*infotainment* – con la crisi di *information* e *entertainment* – descritta da due elementi dominanti: il primo concerne la logica di intrattenimento, mentre il secondo mira a rinsaldare una logica di partecipazione (Lorusso, 2018). Emerge con chiarezza, dunque, la tendenza alla “spettacolarizzazione della verità”, proiettata in uno spazio pubblico sempre più “mediatizzato”. Per fare chiarezza su tali concetti, si rimanda all'idea di una “sfera pubblica” in cui sono i media a svolgere una funzione di filtro, controllo e legittimazione nel rapporto tra cittadini e sistema politico (Sorice, 2011). Come riescano i nuovi mezzi mainstream ad acquisire il primato del potere sociale è stato predetto: la leva sull'aspetto emotivo di chi ascolta, legge o guarda, altera la percezione della realtà presentata; la spettacolarizzazione dell'informazione ha “quotidianizzato lo spettacolo” (Lorusso, 2018), immergendo il pubblico in una realtà che appare come vicina e familiare, ma che, al contrario, è artificiosa, costruita e deformante. Insomma, è come se quanto proiettato nello schermo offrisse, da un lato, una corrispondenza ai fatti che non coincide con la loro effettiva plausibilità, in quanto le dinamiche vengono alterate, e naturalezza, considerando come il sistema mediatico altera il corso dello svolgimento dei fatti (Lorusso, 2018). Come segnala anche il sociologo francese Baudrillard, il rischio che si corre nel superamento dell'alienazione e dell'emarginazione informativa consegnando ai cittadini tutta l'informazione è quello di produrre una “realtà integrale” (Baudrillard, 1995). Tale definizione, sottintende una comunità fatta non più da spettatori, ma di veri e propri attori della performance televisiva, sempre più proiettati nel suo stesso svolgimento: “Mentre potevamo affrontare l'irrealtà del mondo come spettacolo, siamo invece indifesi davanti all'estrema realtà di questo mondo, davanti a questa perfezione virtuale” (Baudrillard 1995, trad. it. p. 33).

Nel quadro di “finzione naturalizzata”, dunque, la questione che si pone è quanto questa rappresenti un rischio per la credibilità e l'autorevolezza dei mezzi di informazione tradizionali. Il punto cruciale emerge dallo stato confusivo che si provoca nelle masse a causa di un sistema informativo che, al contrario, dovrebbe portare chiarezza, e che da adito a libere interpretazioni dei fatti; insomma, ognuno viene messo nella condizione di poter e di dover esprimere il proprio punto di vista. Il risultato è una frammentazione e una moltiplicazione delle “verità” che anticipa lo sviluppo del focus centrale dell'elaborato: il concetto di post-verità.

L'intercorso storico si conclude giungendo agli anni di Tangentopoli, che faranno cadere l'intera classe politica della Prima Repubblica, e quelli successivi della crisi economica – in cui a vacillare è l'intero sistema-Italia. Dalle fratture politiche ed economiche annunciate, inoltre, consegue un altro scossone sociale. Il fatto che la propria opinione personale diventi lo strumento con cui il singolo cittadino osserva e giudica il mondo costituisce la base della crisi di fiducia nelle istituzioni, nelle agenzie di sapere e informazione e in tutte quelle ideologie che un tempo indicavano la verità.

Si apre, così, una fase di transizione in cui anche l'informazione deve trovare un'altra via per esprimersi, preferibilmente autonoma e indipendente da influssi sociali e politici. Il “fatto” deve essere presentato tenendo conto delle contingenze esterne, ma mantenendo il più possibile la sua obiettività. È l'alba della post-modernità.

La mediatizzazione sociale che ha caratterizzato la fase moderna può, in conclusione, essere definita come un fenomeno complesso, che abbraccia sia la cultura professionale del giornalismo sia l'evoluzione politica del paese e, inevitabilmente, il rapporto di interdipendenza tra i due universi (Barbano, 2012).

È stato volutamente evidenziato il peso crescente dell'opinione pubblica e il consolidato potere mediatico e come, tuttavia, la politica nella fase moderna – nonostante risulti residuale rispetto al passato pre-moderno – resti dominante nello scenario italiano più che in altri Paesi.

L'esito a cui si giunge non dovrebbe stupire se si riflette sulle relazioni peculiari tra *newsmaking* e *policy making* analizzate nel precedente paragrafo; infatti, per quanto lo sviluppo dei nuovi media dell'informazione abbia alterato le dinamiche di interdipendenza tra le due sfere, il contenuto rimane sostanzialmente lo stesso: il primato gerarchico dell'offerta informativa – che sia cartacea o trasmessa via etere – rimane alla politica. Non a caso, come ravvisato, il nuovo capitolo della storia della Repubblica si apre con Silvio Berlusconi, un personaggio di provenienza imprenditoriale – e dunque esperto delle nuove “arti” del *marketing* e del *media management* – che finirà col convergere nel circuito politico, sovrapponendo le due dimensioni fino a fonderle definitivamente.

Si può asserire, da questa analisi, che anche la politica italiana abbia mantenuto la propria centralità proprio grazie alla “mediatizzazione di sé stessa” (Barbano, 2012), trasformandosi in un paradigma narrativo che ruota attorno ad alcuni punti chiari a cui è già stato fatto cenno: personalizzazione, sempre più forte con la formazione del partito berlusconiano, e drammatizzazione dello scontro politico, che ritrova nel piccolo schermo la nuova “arena politica”.

Gli scandali di Tangentopoli, dunque, aprono storicamente le porte della Seconda Repubblica chiudendo il sipario sulla prima fase della storia dell'Italia democratica; parallelamente, si segna il passaggio da un tipo di fare informazione ancora di “istituzionalità routinaria” – poggiato soprattutto su atti ufficiali, dibattiti parlamentari e testate dall'impostazione formale – ad un tipo di “codice personalizzato”, in cui i processi politici che dominano i media sono “semplificati”. Con queste basi, si annuncia la trasformazione del *modus operandi* della classe politica tradizionale, ridotto a mere rappresentazioni di attori individuali: questo escamotage permette all'attore politico di adattarsi ai tempi e agli spazi della mediatizzazione. Ecco perché, come si anticipava, anche il modo di fare informazione è obbligata a trasformare i suoi paradigmi.

Con il “Ventennio berlusconiano”, infatti, l'informazione tradizionale deve fare i conti con quella che viene definita come la “crisi dei giornali fotocopia”, che vede le principali testate appiattirsi su tematiche politiche, omologandosi tra loro e, inevitabilmente, perdendo gran parte dei fedeli lettori i quali preferiscono attingere da fonti di notizie più “intrattenenti”. La conseguenza, probabilmente, non è di immediata percezione, ma la mancanza di pervasività e autorevolezza dell'informazione all'interno della comunità sociale segnala il primo

affondo verso lo spettro della “disinformazione pubblica”, che – come si vedrà – può avere effetti devastanti per la credibilità del giornalismo tradizionale.

Forse, anche il giornalismo, dovrebbe seguire il decorso storico ed entrare nell’era del “post”, studiando il contesto nuovo in cui si trova ad operare, svecchiandosi e svincolandosi dal peso della politica. In altre parole, la sfera dell’informazione dovrebbe far ricorso alla sua autonomia e alla sua indipendenza intellettuale (Barbano, 2012) per filtrare messaggi autentici, autorevole e quanto più possibili imparziali. Come sostiene Marco Travaglio nel suo saggio “La scomparsa dei fatti” (Travaglio, 2006) il valore da salvare è proprio quello dell’imparzialità, differente da termini come “obiettività” e “neutralità” che si pretendono dal giornalista nello svolgimento della sua professione. Ma giunti a questo punto, è chiaro come “essere obiettivo” e neutrale risulti impossibile in un quadro di interdipendenza e di reciproca influenza tra la sfera politica, quella mediatica e quella pubblica. Un giornalista può, anzi, deve essere autentico per rendere l’informazione credibile. Travaglio suggerisce di attenersi ai fatti e tenerli distinti dalle opinioni personali per ristabilire un rapporto di fiducia con i propri lettori. Insomma, in una fase in cui è stato segnalato il rischio di confondere realtà e artificio, il ruolo del giornalismo autorevole può fare la differenza nell’offrire all’opinione pubblica solo verità autentiche. Purtroppo, come si vedrà, lo sviluppo della televisione è solo un primo segnale dell’invasione mediatica a cui si assisterà nella fase postmoderna, dove la ricerca della verità sarà un compito sempre più arduo.

1.3 Postmodernismo e informazione personalizzata. C’è ancora bisogno di essere informati?

“I social media sono diventati uno degli strumenti essenziali del lavoro giornalistico. Nessuna testata, per quanto ricca di risorse, può contare infatti su una rete di collaboratori così fitta e dislocata ovunque nel mondo quanto quella dei social media: milioni di testimoni di fatti e fenomeni in grado di raccogliere notizie e raccontare ciò che vedono. Diffondere notizie attraverso Twitter o Facebook è diventata la maniera più rapida per comunicare in tempo reale a una velocità irraggiungibile per qualunque altro tipo di media. [...] La possibilità di acquisire informazioni in modo del tutto libero e arrivare a un pubblico molto esteso non è esente da rischi”.

Alessandro Barbano

L’incipit del giornalista Alessandro Barbano – noto anche come docente e celebre saggista italiano – apre uno scorcio sulla postmodernità, tirando in ballo alcuni degli elementi caratterizzanti dell’odierna società del Web 2.0; con tale espressione, si allude alle nuove modalità di accesso e di partecipazione diffusa consentite ai cittadini grazie alle potenzialità della Rete. L’irruzione di internet, infatti, ha catapultato l’intero sistema nella dimensione virtuale, dove le cosiddette piattaforme virtuali assumono una veste semplificata diventando i nuovi canali di gestione, filtro e orientamento dei flussi dell’informazione. La questione che si pone fin da subito all’attenzione è questa: i contenuti – sempre più numerosi, diversificati e, per certi versi, incontrollati – che circolano nei social network, possono essere considerati “credibili”? Come è possibile distinguere una notizia vera e certificata da una bufala? In altre parole, ci si chiede se di fronte alle incalzanti trasformazioni in atto, con l’emersione di queste nuove forme di mediazione sociale, il giornalismo riesca ancora ad onorare

la propria funzione pedagogica (Barbano, 2012) mantenendo la sua autorevolezza senza soccombere al nuovo “nemico”: la tecnologia (Sabadin, 2007).

Ancora è presto e, per certi versi, inopportuno parlare di “condanna a morte” della professione giornalistica, ma è chiaro che – giunti nel postmodernismo – cambiano i connotati del professionista dell’informazione e vengono riviste le modalità classiche di produzione di contenuti editoriali. Scompare, infatti, il giornalista come attore individuale, dedito al processo di scelta e di produzione di una notizia, impegnato nel processo di negoziazione, selezione e sintesi di questa in modo lineare e unidirezionale. Insomma, ci si lascia alle spalle quello che la storia raffigura come *gatekeeper* dell’informazione che per anni è servito da filtro e minuzioso controllo dei contenuti informativi indirizzati al pubblico.

Oggi, con la moltiplicazione dei canali di accesso e produzione dei contenuti, non c’è più un professionista del settore che apprende il fatto da una fonte, lo valuta e poi provvede alla sua diffusione tra il pubblico, ma appaiono miriadi di utenti che hanno potenzialmente la possibilità di svolgere queste funzioni, con una precisazione: la complessa “filiera produttiva” a cui era sottoposta una notizia (filtro, controllo, selezione, ecc.) si riduce all’ultimo step, quello della produzione. Dunque, non si assiste ad una moltiplicazione di *gatekeeper*, ma ad un incremento di semplici “produttori di contenuti”; questi ultimi sono tanti, diversi, politematici, più o meno attendibili, ma comunque hanno tutti il permesso di circolare nel Web. Attenzione, questo non significa che il ruolo civile del giornalismo sia destinato a soccombere! Al contrario, tale evoluzione dovrebbe fungere da impulso per giornalisti professionisti nel dotarsi di nuove competenze tecnico-professionali in grado di gestire un nuovo tipo di negoziazione: quella che vede dall’altra parte le nuove “fonti informatiche” – bypassando le “fonti istituzionali” – ma che non può comunque prescindere dalla permanenza nel contesto informativo dei media concorrenti e del pubblico a cui deve essere garantita un’informazione credibile (Barbano, 2012).

Tuttavia l’informazione – come si può intuire – non è immune da fattori di rischio che vanno identificati e compresi. Nel nuovo ecosistema, infatti, risulta sempre più difficile offrire al cittadino una sintesi autorevole e qualitativamente rilevante della realtà; se la comunicazione professionale ha il dovere di mantenere la sua funzione sociale, deve anche fare in modo che sia compatibile con il cambiamento dei criteri di notiziabilità e le modalità di diffusione di *news*. Insomma, è stato chiarito come in una società fluida e dinamica come quella del Web 2.0 il giornalista non è più in grado di imporsi come unico *gatekeeper* dell’informazione, ma può e deve comunque garantire la presenza di uno spazio pubblico di discussione intorno alle questioni chiave della comunità (Barbano, 2012), anche se questo diventa “virtuale”. C’è chi guarda con ottimismo il sopraggiungimento dell’informazione postmoderna, alludendo ad una simbiosi con il contesto digitale: “Il giornalista della carta stampata, o della televisione, si rivolge ad un interlocutore immaginario che rappresenta questo prototipo di lettore medio. La grande forza di internet sta nella possibilità di soddisfare una variegata molteplicità di interessi” (Pedemonte, 1998, p. 144); chiaramente, come verrà ripreso in seguito, ci si trova di fronte ad un nuovo indicatore di democraticità. Ma non mancano le preoccupazioni e gli scetticismi sui pericoli che – celati dietro una Rete sempre più densa – si trovano ad affrontare i vecchi protagonisti del paradigma informativo,

tanto da vedere la tecnologia come un “nemico” e pronosticare la definitiva scomparsa del cartaceo. Secondo i calcoli di Philip Meyer, studioso dell’editoria americana, “l’ultima sgualcita copia su carta sarà acquistata nel 2043” (Riotta).

Nel dibattito introdotto non è facile scegliere se schierarsi tra la schiera a degli “ottimisti” o dei “pessimisti”, poiché entrambe le tesi alternano opinioni inconfutabili a punti che danno adito a perplessità. Si offrono, dunque, alcune considerazioni sul tema rimanendo sul filo dell’imparzialità.

La prima considerazione riguarda il fenomeno della disintermediazione, quel processo promosso dalla Rete che tende a porre tutti sullo stesso livello. In un panorama mediale così articolato, infatti, la distanza tra il giornalista e il lettore è diminuita notevolmente (Barbano, 2012, p. 42); l’idea è quella di uno spazio privo di gerarchie, in cui non ci sono più “esclusi” o “potenti”, ma che favorisce, piuttosto, un rapporto diverso tra gli attori della comunicazione, nuovi linguaggi e nuove modalità espressive. Appare chiaro come in questo contesto profondamente fluido, la forza degli apparati informativi professionali, inizia ad essere affiancata da azioni inedite e sempre più “visibili” da parte di movimenti, gruppi, realtà antagoniste e – in generale – tutti i soggetti precedentemente esclusi dal mondo dell’informazione (Sorice, 2010). Altro punto da prendere in esame – oltre alla già citata professionalizzazione – è l’inevitabile tendenza alla spettacolarizzazione mediatica dell’informazione; non a caso si alludeva in precedenza al fattore della “visibilità”: tanto più un contenuto risulta attrattivo, tanto più questo avrà la possibilità di diffondersi e emergere nella Rete. Viene da chiedersi, oltre ad avere una “bella” presenza, continua ad essere garantita anche una “buona” sostanza? A tal proposito, è opportuno affiancarsi all’analisi di Mazzoleni (Mazzoleni, 2004) che riprende la classificazione di Pippa Norris e integra quella di Blumler e Kavanagh (Blumler, Kavanagh, 1999) sottolineando proprio il ruolo di questa “dimensione centrifuga” della comunicazione. Tale asserzione, pronostica il passaggio da un modo di fare informazione centralizzato e unidirezionale ad un approccio multidirezionale – dovuta proprio allo sviluppo dei canali informativi e dei supporti tecnologici – nel quale risulta sempre più difficile effettuare una discriminazione tra ciò che è vero e ciò che non lo è, ma si tende a fare affidamento a quella che viene definita come “informazione personalizzata”, ritagliata sui gusti, le preferenze e le opinioni di ogni singolo utente-cittadino.

Introdotta il tema, dunque, è opportuno domandarsi se tale orizzontalità rappresenti un bene per l’informazione stessa. Il problema che si anticipava, infatti, è se sia ancora possibile rintracciare la verità dei fatti, l’autenticità di un contenuto e l’autorevolezza di una fonte in una dimensione in cui le barriere all’ingresso sono, apparentemente, assenti. Da un lato, infatti, è vero che gli accresciuti meccanismi di partecipazione portati dalle tecnologie digitali tendono a favorire nuove forme di interattività, rafforzando l’appartenenza comunitaria ed estendendo le relazioni tradizionali (Sorice, 2010); dall’altro, invece, questa ascesa dei social media come “fonti primarie di informazioni” confonde la linea di demarcazione tra notizie vere, opinioni di esperti e semplici commenti di persone comuni, mentre nei “vecchi” giornali ogni sezione ha un nome – e un cognome – per cui sappiamo chi e cosa stiamo leggendo. Difatti, la fluidità e la velocità del Web sono elementi che non richiedono lo stesso controllo e la cura editoriale con cui l’informazione viene confezionata nelle

testate giornalistiche; come è possibile, dunque, accertare anche nel reticolato virtuale storie e notizie affidabili? Certamente, le *news* tradizionali sono ancora in circolazione, ma è sempre più difficile distinguere quelle che provengono da fonti certificate e basate sui fatti (McIntyre, 2019). È come se scavalcando i canali istituzionali di accesso alle informazioni e velocizzando la loro distribuzione si stia perdendo l'essenza stessa dell'atto di informare: formare una comunità consapevole, aggiornata, dotata di senso critico e aperta al dialogo e al confronto sulle diverse questioni quotidiane.

Se con la fase moderna l'autorevolezza dei fatti iniziava ad essere minacciata dalla frammentazione delle verità che vi ruotavano attorno, ora la vaporizzazione è completa: la moltiplicazione della verità rischia di condurre ad un suo annullamento. Per fare chiarezza, l'espressione a cui si ricorre di "moltiplicazione della verità" fa riferimento al funzionamento intrinseco dei nuovi social, in cui ognuno può dire la propria, riportare le proprie credenze e sostenerle con convinzione; è indubbio che tale realtà abbia portato in scena un nuovo protagonista, il "lettore digitale" (Barbano, 2012), che ha la possibilità di commentare una notizia, di intervenire in qualsiasi momento e – se si vuole – aiutare il giornalista nello svolgimento del suo mestiere; a pagarne il conto sono, infatti, non è la democrazia, ma i "fatti", che rimangono oscuri, opachi e riportati senza le opportune delucidazioni, anzi, spesso ignorarli è proprio un modo per adattarli alle esigenze del postmoderno, dove è la menzogna a risultare più persuasiva della verità, perché riscrive i fatti dotandoli di maggiore plausibilità, ossia adattandoli alle aspettative del pubblico e generare profitti. Al di là delle posizioni riportate, è evidente che si giunge in un tempo in cui i mezzi di comunicazione offrono infinite opportunità per la manipolazione dei fatti, costruendo realtà sempre più fittizie (McIntyre, 2019). Ed è proprio da questi approcci più critici e – se vogliamo – realistici, che si origina il concetto di post-verità.

1.4 Il declino dei media tradizionali. Chi sono i nuovi attori?

Nella postmodernità i media tradizionali perdono la propria centralità lasciando spazio ad un gigantesco e ingombrante "veicolatore" di notizie: il Web. Già negli anni Novanta si mettono in circolazione copie di giornali sempre più piccole con un'offerta di contenuti drasticamente ridotta: il ridimensionamento, dunque, non riguarda solo la funzione sociale; tagli sul personale di redazione, scarsa cura editoriale, calo del numero di articoli, crollo della validità del contenuto e, conseguentemente, riduzione notevole del numero di lettori (Perez-Pena, 2008). Stessa sorte per l'altro colosso dell'informazione, la televisione, che negli stessi anni attraversa una fase di smantellamento di impianti nazionali e chiusura di molte sedi all'estero (Fleeson, 2004). La crisi, dunque, non è solo quella che rompe il "patto di fiducia" con il pubblico, ma riguarda anche le difficoltà finanziarie che piegano i media mainstream e li obbligano a "economicizzare" le proprie attività. In altre parole, procedendo con il decorso storico, si giunge al tracollo del sistema finanziario del 2008 dove le agenzie dell'informazione, duramente colpite, sono costrette a farsi da parte. Ma chi garantisce, allora, la qualità delle notizie in circolazione? Nel peculiare quadro economico esposto, infatti, si taglia, si comprime, si sminuisce il ruolo della buona informazione; è chiaro, mancano i soldi, i "vecchi" giornali non rendono più, la "cara"

televisione appare sempre meno credibile; ma allora, a quali fonti attingere per mantenere il proprio contatto con la realtà dell'informazione?

Ecco, dunque, il sopraggiungere di nuovi “attori”: internet, la Rete, il “World Wide Web” fanno irruzione con tempistiche azzeccate in uno scenario che è “la tempesta perfetta” (McIntyre, 2019) per sfruttare l'ignoranza umana, la diffidenza sociale, la vulnerabilità di massa e i pregiudizi cognitivi connaturati alla natura dell'essere umano. Insomma, questo “grande spazio” ancora ignoto propone una nuova agenda da far prevalere e – per le condizioni sociali descritte in precedenza – tutti la accettano ben volentieri.

Così, nel 2004 nasce Facebook, che non impiegherà molto a convertire la propria natura di “aggregatore virtuale di amici lontani” in “aggregatore di notizie”. L'anno successivo nasce YouTube, nel 2006 Twitter; insomma, si assiste ad un'incalzante proliferazione di *social network* che si impongono come nuovi “agenti” dell'informazione: “La stampa di qualità non aveva speranze”, sentenza McIntyre.

Parallelamente, progredisce l'informazione personalizzata – argomento introdotto nel precedente paragrafo – essendo ideata “su misura” delle convinzioni personali dell'utente, punta proprio a disgregare la comunicazione con gli altri, portando a rafforzare le proprie credenze senza sentire il bisogno di metterle in discussione. Inoltre, l'ascesa dei social media come fonti di notizie confonde la linea di demarcazione tra queste e le opinioni personali, magari anche di basso rango; innumerevoli, infatti, sono le piattaforme in cui si originano i contenuti diffusi in Rete: blog, profili, siti di notizie alternative, canali YouTube; il tutto, chiaramente, senza un evidente controllo editoriale su ciò che viene messo in circolazione. Ma è questa “interattività”, questa “varietà”, questa vasta “possibilità di scelta” tra le “*news*” a cui interessarsi che rende la Rete un luogo molto più appetibile dei media tradizionali, “accusati” di proporre contenuti “scomodi”, poco condivisibili e poco appetibili (McIntyre, 2019). Dunque, se nel Web l'utente si sente libero – almeno in apparenza – di scegliere le proprie fonti, l'atteggiamento che ne deriva è quello di un “profilo virtuale” isolato che teme ed evita la dissonanza. La dinamica cognitiva esposta è ineluttabile conseguenza dell'ascesa dei social media come fonte principale di notizie, con la quale si offre ad ognuno quella che Anna Maria Lorusso definisce una “visione addomesticata della realtà” (Lorusso, 2018). In sintesi, nei canali virtuali il cittadino è libero di scegliere le notizie che più gli piacciono e che sono maggiormente affini al proprio punto di vista; questa selezione basata su gusti e preferenze genera a sua volta un flusso di notizie – noto come *news feed* – altamente targettizzato e personalizzato. Il risultato è una forte polarizzazione e frammentazione dei contenuti mediatici (McIntyre, 2019). Lorusso li definisce come “dispositivi di gestione dell'informazione”, perché sono loro, oggi, ad aver ottenuto il potere ed il totale controllo delle notizie in circolazione, scavalcando i dogmi etici e professionali del giornalismo. Come sostiene la riflessione del sociologo Panarari: “Il popolo della rete si affida alle meraviglie del web convinto di aver ottenuto una sfera di libertà e una possibilità di azione illimitata, ma senza accorgersi del fatto che si sta volontariamente consegnando ai giganti del web, attori incontrastati e totalitari della nuova (e non percepita) gerarchizzazione della conoscenza” (Panarari, 2019).

In tale contesto, dunque, è “l'algoritmo” a stabilire quali sono i contenuti più adatti all'utente, a scapito dell'autorevolezza e la credibilità dei fatti che circolano nel web. Secondo McIntyre, quello raffigurato è un

processo pericoloso per l'affidabilità dell'informazione stessa. Il punto più allarmante, tuttavia, non è tanto l'assenza di un controllo editoriale accurato su ciò che viene poi spacciato come "notizia" (McIntyre, 2019), quanto il fatto che gli stessi *gatekeeper* tradizionali dell'informazione si sono adagiati all'evoluzione delle dinamiche postmoderne, adottando il proprio *modus operandi* alle regole imposte dal digitale, puntando a "vendere", a generare profitti e ad allargare il target di riferimento; il cambiamento è avvenuto trascurando l'attenzione per il contenuto trasmesso, dimenticandosi della funzione originaria di informatori e educatori della comunità. Da qui, l'informazione personalizzata in mano ai giganti della Rete, che non tiene conto della rilevanza e di un fatto – o meglio, non come primo criterio di selezione – ma che si produce ricalcando i gusti, le preferenze e gli umori degli utenti. C'è chi parla, come è stato dimostrato, di un accresciuto spirito democratico nel funzionamento intrinseco del Web, ma alla luce di questa analisi emerge come lo slogan "l'informazione di tutti" rappresenti un rischio per la competenza e l'autorevolezza che l'atto di informare prevede. Sarebbe giusto, piuttosto, parlare di "informazione per tutti" come base di una società realmente democratica, che deve, sì, garantire la divulgazione di notizie in modo aperto e trasparente all'intera comunità, ma la sfida è che questa operazione continui ad essere gestita dai professionisti del settore.

Insomma, l'orizzontalità e la disintermediazione sono solo fattori collaterali che decantano un rinnovato spirito democratico. In realtà, oggi l'informazione passa attraverso questi "attori", "dispositivi", "piattaforme" e quant'altro che non hanno un volto o dei connotati precisi, ed è proprio questo a consentirgli forme di re-intermediazione nell'inconsapevolezza e incoscienza di tanti (Panarari, 2019). Il mondo virtuale è silenzioso, ma genera un rumore immenso nella comunità. Tutti parlano, esprimono opinioni, riportano punti di vista e si polarizzano attorno all'interno di "bolle" – le *eco chambers* di cui si tratterà in seguito – che conduce ad un'inesorabile conclusione: non si avverte più il bisogno di essere informati. Il cittadino utente non cerca più il confronto con il commento critico di un esperto tra i ritagli delle testate e non ricerca la verità attraverso la conoscenza che si può rintracciare in articolo di analisi politica, ad esempio; ognuno si reputa informatore per sé stesso, e Internet – che lo si condivida o meno – solidifica questa convinzione.

L'INFORMAZIONE NELL'EPOCA DELLA POST-VERITÀ

2.1 Che cos'è la post-verità: origine e diffusione del termine

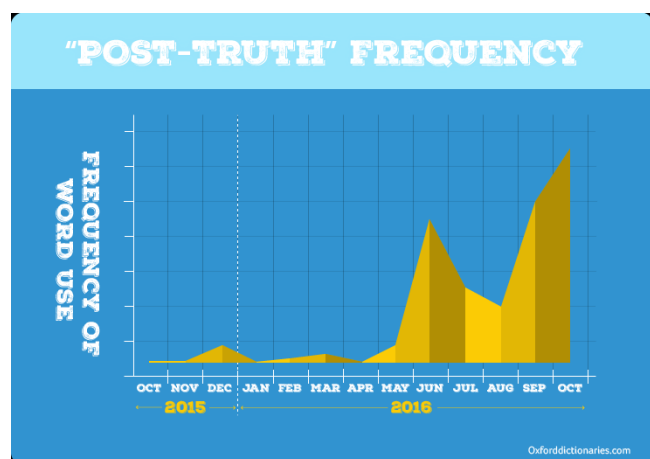
“Che le persone mentano, e che la politica usi la propaganda per seguire i propri fini non è certo una novità. Per post-verità io però intendo qualcosa di molto diverso: un contesto in cui l'ideologia ha la meglio sulla realtà, perché quale che sia la verità interessa poco o niente [...] quel che conta è avere la forza di imporre la propria visione, indipendentemente dai fatti [...] a nessuno conviene verificarli.

Sta a noi decidere come reagire in un mondo in cui qualcuno sta cercando di coprirci gli occhi. La verità è ancora importante, com'è sempre stata. Che ci si renda conto in tempo di questo dipende solo da noi”.

Lee McIntyre

Il concetto di “post-verità” approda solo di recente al centro del dibattito accademico, ma la sua complessità richiama l'attenzione di diversi ambienti: dal ramo sociale a quello politico, dalla branca della filosofia a quella della semiologia. Così, il neologismo attrae soggetti – professionali e non – che, senza interrogarsi troppo sul suo effettivo significato, iniziano a farne ampio ricorso con interpretazione e riadattamenti per lo più asserviti alle proprie cause; la leggerezza con cui si fa appello alla post-verità, per certi versi, rischia di essere fuorviante e ingannevole per gli stessi attori che se ne servono. È impellente, dunque, la necessità di fare chiarezza.

Figura 1 – L'ascendente frequenza dell'uso del termine “*post-truth*”



Fonte: *Oxforddictionaries.com*

L'approccio superficiale mostrato nei riguardi della “post-verità” genera, fin dal suo esordio, confusione e ambiguità, sia nell'interpretazione semantica che nella conseguente utilizzazione pratica. Date le premesse, è evidente come l'intento dell'analisi proposta sarà quello di offrire un'interpretazione della *post-truth*, dall'inglese, quanto più possibile coerente, aggiornata e ragguagliata al contesto postmoderno in cui si diffonde. La prima definizione viene offerta proprio dagli *Oxford Dictionaries* che, come illustra il grafico, percepiscono

la diffusione esponenziale della questione fino a raggiungere il picco di “popolarità” negli ultimi mesi del 2016; inevitabile, a questo punto, ricavare una definizione generale adatta a descrivere il fenomeno oggetto di interesse:

“relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief”.¹

Il capitolo introduce il fenomeno attraverso le riflessioni dello studioso americano Lee McIntyre, uno dei tanti ad essersi pronunciati sul tema nei recentissimi sviluppi storici, ma l’impostazione filosofica, i toni pungenti e il taglio critico con cui presenta la post-verità scuote fin da subito l’interesse per tale nozione. In altre parole, si accendono i riflettori su un soggetto presente da anni sulla scena sociale, ma che, approdando all’era postmoderna, esce da dietro le quinte e diventa il protagonista indiscusso.

La relazione tra mondo contemporaneo e post-verità, infatti, delinea un nuovo tipo di approccio da parte del “pubblico” nel modo di intendere le “verità” esibite; tale raffigurazione, naturalmente, è in stretta relazione con il radicale cambiamento nell’ottenere e nel diffondere informazioni sopraggiunto con i nuovi media e con il conseguente risvolto politico e sociale (Read, Ucan, 2019). La diffusione del neologismo proposto diviene dirimente solo in un contesto dominato da Internet, anzi, la post-verità si mostra alla comunità del Web proprio andando a sfruttare la maggiore “trasparenza” delle piattaforme; ma, come si vedrà, questa implicazione non è esente da rischi.

Si avvia l’analisi, dunque, prendendo il concetto di post-verità come una categoria definita, illustrando una descrizione “da dizionario” del nuovo agente; ma l’ampiezza e la densità concettuale della questione proposta non sempre riesce ad essere contenuta in un’unica definizione, seppur tecnica e articolata, non può definirsi completa, così, diversi soggetti possono più facilmente appropriarsene e usarla a loro piacimento. Anche le stesse testate giornalistiche, nonostante la presupposta competenza e autorevolezza, ricorrono al termine in modo scellerato e disorganico; per fare alcuni esempi, si riportano alcuni titoli presi da “Il Fatto Quotidiano” e “La Nazione” che chiosano: “Post-verità e pre-balle” (Il Fatto Quotidiano), “Post-verità, potenti prepotenti nell’era delle bufale” (Il Fatto Quotidiano), “La post-verità e le bufale che diventano realtà certa (La Nazione); la sommaria rassegna induce, a primo impatto, ad intendere la post-verità come una bugia, una bufala, per l’appunto; ma è giusto asserire che i due concetti possono essere usati come sinonimi? (Lorusso, 2018). Qual è, dunque, il significato autentico di post-verità? Come può essere sintetizzata la sua ascesa e affermazione nella postmodernità? I suoi effetti sulla comunità possono e devono essere arginati?

Con la consapevolezza di scontrarsi quotidianamente con polemiche, perplessità e scetticismi che minacciano la corretta interpretazione del termine, è dunque opportuno elaborare un quadro chiaro e imparziale sulla

¹ English Oxford Dictionary <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016> [“un aggettivo relativo a o che denota circostanze nelle quali i fatti oggettivi sono meno influenti nell’orientare l’opinione pubblica rispetto agli appelli all’emotività e alle convinzioni personali”]

funzione e sul riferimento alla post-verità. La nozione va studiata come fenomeno nuovo – il quale effettivamente è, poiché sconosciuto fino ad oggi – ancora fumoso, vago e mutevole; a tal fine, il concetto deve essere osservato con cautela e flessibilità di osservazione, partendo proprio dalle peculiarità del contesto storico in cui emerge.

Si è giunti in una nuova epoca storica, la postmodernità. Il passaggio si percepisce nel ripercorrere uno scandito scorrere del tempo e nel transito da una fase all'altra dello sviluppo mediatico che esso prevede; non solo, il cambiamento emerge anche dalla diversa natura e dalle evoluzioni con cui la società interagisce con ciò che si intende come “verità”. L'approdo alla fase del “post” appare, quindi, come un balzo naturale e predetto; l'elaborazione della parola *post-truth* – a primo impatto – va semplicemente a sintetizzare una serie di fenomeni preesistenti che, con la Rete, cessano di essere “latenti” e emergono in superficie. La distorsione dei fatti, l'offuscamento della verità e la manipolazione psicologica della collettività, infatti, non sono eventi del tutto nuovi; lo stesso McIntyre esordisce il suo intervento ricordando come la menzogna e la manipolazione siano concetti di vecchia data. A tal proposito, si ricordi come il riadattamento di una notizia sulla base del contesto e del target di riferimento, ma anche sulla spinta di influssi “dall'alto”, sia il *modus operandi* degli organismi informativi già ai tempi della Prima Repubblica. Oggi, dunque, a cambiare sono gli spazi e, soprattutto, i tempi con cui avviene il processo distorsivo della realtà, rinvenibili nel funzionamento delle piattaforme, nel cambiamento delle relazioni e nella diversa psicologia sociale ingenerata dall'era del digitale. Le principali caratteristiche di Internet, infatti, sono proprio quelle della “diffusività” dei contenuti – che riescono a raggiungere un pubblico ampio e indifferenziato – la “rapidità” nella loro diffusione – un “fatto” immesso nel Web ha una velocità di propagazione che nulla ha a che fare con i tempi dell'epoca precedente – ma non ancora tramontata – quando l'unica opportunità di reperire informazioni era quella di recarsi in edicola e acquistare un quotidiano. Oggi, le piattaforme digitali sono invase da un flusso continuo di contenuti, visionabili in qualsiasi momento e con qualsiasi strumento; alcuni sono destinati a soccombere nel giro di qualche secondo, altri sono dotati di maggiore potenzialità nel rimanere in evidenza; da questa ulteriore prerogativa del Web si introduce l'ultimo tratto tipico del contenuto virtuale, quello della sua “visibilità”. In sintesi, i fatti immessi sulla Rete raggiungono tutti, in qualsiasi momento, pochi istanti dopo la loro pubblicazione e – potenzialmente – anche in quelli successivi se ottengono un alto numero di visualizzazioni. Ecco cosa si intende per diffusività, rapidità e visibilità della Rete².

Delineato il quadro, conviene ora ragionare sul dibattito culminato nell'elaborazione del concetto di “post-verità”, partendo proprio dalla sua definizione. Eletto a parola dell'anno nel 2016, infatti, il termine desta ancora dubbi nella sua corretta applicazione e spesso viene tirato in ballo per intendere cose molto diverse. È bene fare chiarezza, non solo appellandosi alla definizione del dizionario Treccani che recita: “Argomentazione, caratterizzata da un forte appello all'emotività, che, basandosi su credenze diffuse e non su fatti verificati tende ad essere accettata come veritiera, influenzando l'opinione pubblica”, ma meditando, in seguito,

² Per un approfondimento sul tema si rimanda al manuale “*Il diritto del Web*”, Mensi, M. & Falletta, P. (2018). *Il diritto del Web*. Seconda edizione, Wolters Kluwer, Milano.

sulla corretta declinazione del contenuto. In altre parole, riportando all'epoca presente tale enunciazione, che ha fatto della post-verità il suo tratto caratterizzante (Lorusso, 2018).

Dalla spiegazione, si intende come la nozione sia spesso usata per riferirsi o esprimere “problematiche” nella produzione e nella ricezione di notizie nell'attualità; si allude, in particolare, alla recente tendenza delle persone ad approcciarsi nei confronti delle stesse lasciandosi influenzare da impulsi emotivi e opinioni personali; l'altro fattore caratterizzante si rintraccia nell'effettiva competenza dei loro autori, ossia “chi” decide, “come”, “quando” e “se” mettere a disposizione determinati contenuti informativi all'interno della comunità virtuale. Evidentemente, questi aspetti vanno anche a descrivere il principio di un'epoca di produzione di massa on-line, riassumendo l'essenza della postmodernità.

Ampliando la ricerca, tuttavia, si segnalano utilizzi della parola “post-verità” che suggeriscono il contrasto radicale dell'attuale fase storica rispetto a quelle precedenti. In altre parole, mentre nel passato la verità apparteneva o sorgeva dalle epoche passate – ossia l'origine delle credenze avevano radici profondamente radicate nella cultura e nella storia di un popolo – oggi, la società, proprio perché attraversata dalla “produzione di massa on-line”, adotta un approccio diverso nella costruzione della verità, che risulta frammentato, discordante, altalenante, e, di conseguenza, deformante della stessa. In realtà, nemmeno nello spazio digitale la verità si rintraccia nella corrispondenza a stati di fatto, ma nella corrispondenza a credenze presupposti e paradigmi socio-culturali (Lorusso, 2018); il peso della cultura, infatti, permane anche nella postmodernità, solo che si traduce in un qualcosa di più “personale”: la comunità virtuale poggia sulle stesse basi ideologiche di allora, ma se queste si frammentano, i presupposti si differenziano, le ideologie entrano in crisi, allora, anche le verità saranno più numerose, fino a al punto in cui la categoria stessa si svuota. Ecco cosa si intende per un diverso approccio alla verità nel mondo contemporaneo.

Con questo non si vuole dire che nella postmodernità non esista più la verità dei fatti, né tantomeno bisogna lasciar intendere che con il concetto di post-verità si voglia indicare il suo contrario, ossia la menzogna. Un fatto è vero dal momento stesso in cui accade, ci sarà sempre una sua verità a raccontarlo; ciò che confonde, oggi, deriva dal modo in cui questa viene riprodotta. D'altronde, la questione che si sviluppa attorno al concetto di “verità” anima le riflessioni a partire dai noti filosofi antichi; chiamando in causa Aristotele, infatti, può essere offerta una definizione minima del termine: “Dire di ciò che è che non è, o di ciò che non è che è, è falso; dire di ciò che è che è, o di ciò che non è che non è, è vero” (Aristotele, *Metafisica*, 1011 b 25). Con un notevole salto temporale – ma distaccati di circa un secolo dal contesto in analisi – si cita Karl Kraus, noto scrittore e polemista austriaco: “Le verità vere sono quelle che si possono inventare”; come è risaputo, Kraus ama ricorrere ad aforismi per descrivere frizioni di realtà e, in questo caso, intende dire che chi enfatizza un racconto ha più probabilità di venir sospettato di dire la verità; utilizza addirittura il termine “inventare”, diametralmente opposto alla locuzione di “dire il vero”, poiché solo chi sa ben manipolare la verità dei fatti passa per colui che è bene informato riguardo ad essi. Altra definizione degna di nota, altrettanto pungente e aforistica, si attribuisce a Ambrose Bierce, attivista scrittore anarchico statunitense più o meno coetaneo

dell'austriaco; Bierce definisce il concetto di “verità” nel suo irriverente *Dizionario del Diavolo*³ (Bierce, 1911) come un “ingegnoso miscuglio di apparenze e utopia”; anche qui, merge con chiarezza la critica verso la distorsione dei fatti e l'offuscamento della verità. Ancora più drastico è l'approccio di Guy Debord, filosofo attivista nel vivo della fase di transizione alla modernità; mentre si installano i primi satelliti e la televisione fa il suo esordio nella scena mediatica, Debord preconizza “nel mondo realmente rovesciato, il vero è un momento del falso” (Debord, 1967). Lo scrittore francese, dunque, si rassegna ad una completa scomparsa della realtà, sostituita da simulacri (Pireddu, 2016).

Insomma, fin dal principio del cammino dell'Occidente sono in tanti a pronunciarsi sui pericoli incombenti della manipolazione del senso comune, delle verità e delle informazioni in genere e stupisce l'attualità di tutte le formulazioni proposte; a prescindere dal periodo storico a cui risalgono, infatti, il collegamento che le riporta a descrivere l'oggi è immediato, stimolando un'ulteriore domanda: premesso che la verità sia sempre esistita e continuerà a farlo – così come con essa sono convissute le più svariate forme di manipolazione – cosa le accade quando la verità va “oltre” il suo significato originario concepito nel corso dei secoli e diventa “post-verità”?

A tale riguardo, McIntyre sostiene che si assiste ad un'affermazione di supremazia ideologica sulla verità, per la quale chi la sostiene cerca di costringere qualcuno a credere in qualcosa, che esistano o meno buone prove per crederci (McIntyre, 2019). L'approccio provocatorio del ricercatore dell'Università di Boston non solo accende alcune considerazioni sull'orientamento della società moderna nella percezione della realtà dei fatti, ma spinge a riflettere anche sul “come” e – soprattutto – sul “se” i media informativi siano in grado di assorbire il fenomeno, contrastando la disinformazione che ne deriva e riuscendo a mantenere la propria funzione sociale di *watchdog journalism*. Questa denominazione anglofona allude al ruolo di sorveglianza attribuita al giornalismo a garanzia di tutela della democrazia e del pluralismo delle opinioni; tuttavia, l'era del digitale ha stravolto le dinamiche di selezione, produzione e diffusione di notizie: se prima erano quest'ultime a suggestionare e influenzare le opinioni del pubblico, oggi si assiste ad un fenomeno quasi inverso, ossia sono le opinioni personali – lautamente espresse nella rete – a condizionare e dominare il flusso delle notizie. In altre parole, non è più l'opinione pubblica a ricercare fatti accertati, ma sono i fatti – o “faticci” come li definisce Latour (Latour, 1996) – a rintracciare l'utente comune, più facilmente suggestionabile da un certo tipo di racconto. L'inevitabile conseguenza è la creazione di una forte polarizzazione sul Web, che si scontra con il pluralismo e con la democrazia che il giornalismo dovrebbe proteggere.

Per comprendere meglio la questione esposta, ci si appella alla definizione di sfera pubblica di Habermas, intesa come spazio di confronto, dissenso, dialogo e partecipazione. Come è possibile garantire la sopravvivenza di uno spazio pubblico con le medesime caratteristiche nello spazio virtuale della Rete? Il mondo *digital*

³ La prima pubblicazione dell'opera di Bierce risale al 1906, il titolo originale era *The Cynic's Word Book*, ossia *Il vocabolario del cinico*, e rinominato poi nel 1911 *The Devil's Dictionary*. Il testo, infatti, si struttura in modo cinico, procede per aforismi e non manca il contenuto critico verso l'ipocrisia della società statunitense della fine del XIX secolo, puntando il dito soprattutto verso la religione, la politica e la morale del tempo.

così come presentato, infatti, predilige uno stile di comunicazione che Lotman definisce come “io-io” (Lotman, 1975), un asse comunicativo che non prevede scambio e confronto, ma piuttosto la riformulazione e il rafforzamento di una convinzione personale all’interno di una stessa entità. Il linguista semiotico russo, quando parlava di “entità”, faceva riferimento ad un soggetto che scrive un diario o a qualcuno che parla all’interno di una setta, ma la definizione risulta attuale e quanto più idonea a rappresentare anche l’attitudine dell’utente 2.0. Difatti, lo spazio ampio, aperto e dinamico si sostituisce con un’area chiusa, una bolla che si crea attorno al singolo cittadino e lo cattura. Il rischio per l’informazione, dunque, è di subire uno stallo nella circolazione di conoscenze perdendo la propria funzione pedagogica e comunicativa: ognuno tende a rafforzare la propria identità interna di appartenenza all’interno di queste bolle ideologiche, meglio note con i neologismi *echo-chambers* e *filter bubble* di cui si tratterà in seguito.

Il contesto illustrato, dunque, è un terreno fertile per l’affermazione definitiva della post-verità; rimane, tuttavia, un aspetto da chiarire. Il fenomeno, come ribadito, non è del tutto nuovo; se ne rintracciano le origini proprio nelle fratture delle fasi storiche precedenti: la polarizzazione dei media, l’avvento dei nuovi strumenti di diffusione virale delle informazioni come i *social media*, la produzione di una temperie culturale favorevole allo scetticismo verso la verità e al negazionismo scientifico. È per questo che, per combattere o, quanto meno, per imparare a contenere e a convivere con l’ormai affermato evento, è importante capire la sua genesi (McIntyre, 2019).

La definizione testuale del termine ripresa dal Treccani riformula la dicitura apparsa negli *Oxford Dictionaries* nel 2016; anche qui, l’elemento che salta subito all’occhio è la supremazia del lato emotivo rispetto all’oggettività dei fatti: i sentimenti sono più importanti della verità. Una descrizione che ricalca a pieno lo spirito del tempo postmoderno, dove la post-verità si è fatta strada tra le vicissitudini della Brexit e l’elezione di Donald Trump. Uno sfondo perfetto che, tuttavia, non rappresenta la causa, ma il risultato del rapporto post-veritativo con i fatti. Oggi, è facile per un politico portare avanti campagne di disinformazione, ma che grazie alla leva emotiva garantiscono consensi e *followers*; così come appare sempre più naturale il ricorso da parte dei professionisti dell’informazione a contenuti ad alto impatto mediatico e ad alta velocità di propagazione, non a caso definiti “virali” piuttosto che “veritieri”. La tendenza, dunque, evidenzia come diverse figure professionali – dal settore politico a quello dell’informazione – si sentano incoraggiate a incrinare e distorcere la realtà per adattarla alle opinioni personali, piuttosto che il contrario. E con questo non si vuole dire che i fatti non contino più, ma che la verità – nel mondo contemporaneo – può essere facilmente oscurata, o ancor di più, come afferma McIntyre, “eclissata” (McIntyre, 2019). Eppure, non sono l’ignoranza, la disinformazione e la manipolazione politica a destare preoccupazione; tali fenomeni – come è stato illustrato – convivono da anni con la società e, dunque, non sono conseguenza diretta della diffusione della post-verità; al più, si fortificano e amplificano i propri effetti. Il principio del fenomeno discusso non va ricercato nella politica, tanto meno nel mondo dell’informazione, settori che oggi, al contrario, ne subiscono l’impatto. È nella scienza e nel negazionismo che l’ha attraversata nell’ultimo decennio che si scovano le radici di questa attuale tendenza all’assunzione di visione alternativa dei fatti. Per mettere in relazione la scienza con la questione post veritiera

– come sostenuto dallo stesso Nietzsche (Nietzsche, 1873, *Verità e menzogna in senso extramurale*, 2015) – è opportuno premettere che la verità assoluta è inattuabile, e quella che si spaccia per tale è solo un’illusione che si affida all’immaginazione, all’invenzione e alla finzione per far fronte ad una realtà complessa, spesso ingrata e difficile da capire. Ebbene, sullo stesso filo logico si muove la ricerca scientifica.

Non è compito dell’elaborato ripercorrere le dinamiche di laboratorio, basti sapere che uno scienziato parte da un’ipotesi, ricerca delle prove, fa esperimenti e, infine, sintetizza una teoria sulla base dei risultati ottenuti. La semplificazione estrema delle modalità di operare, tuttavia, conferma l’autorevolezza e la veridicità di una formulazione scientifica; veritiera, ma non vera in assoluto, poiché anche gli stessi scienziati dovranno ammettere che le loro spiegazioni, anche quelle più forti, “non possono essere offerte come verità, ma solo come credenze fortemente garantite sulla base di una giustificazione data dalle prove” (McIntyre, 2019, p. 23). Ed è proprio aggrappandosi a questa debolezza che i negazionisti della scienza hanno cominciato a mettere in discussione la competenza stessa degli scienziati, proponendo all’opinione pubblica altre teorie, magari meno attendibili, ma sicuramente più condivisibili e comprensibili. Il negazionismo scientifico ha varie sfumature, c’è chi afferma che i maggiori ricercatori siano prevenuti, altri, invece, sostengono che alcuni dettami scientifici perseguano interessi egoistici. Insomma, è da queste conclusioni – senza evidenti conferme – che viene legittimata la missione quasi “morale” volta a rinnegare un’indagine empirica e a ricercare le risposte nella sfera ideologica personale.

Appare più chiaro, ora, il nesso con la post-verità di oggi: dalle materie scientifiche il ragionamento si è esteso a tutti i settori sociali. Perché ricercare la verità nei complessi testi scientifici, in revisioni accademiche o, ancora, in testate giornalistiche specializzate se, oggi, con le proprie opinioni, è possibile influenzare, manipolare e produrre una propria versione della realtà? (McIntyre, 2019). Come questo pensiero diffuso sia effettivamente realizzabile è stato dimostrato illustrando il funzionamento della Rete. Le piattaforme digitali, infatti, sono senza dubbio il suolo ideale per saldare convinzioni e rafforzare le proprie credenze; nei vari motori di ricerca e nei siti di aggregazione di informazioni, la post-verità si traduce in una moltiplicazione della stessa; in altre parole, le verità diventano tante e piccole perché, appunto, sono personalizzate, eludono il confronto-scontro con visioni alternative e sono protette dal rischio del dissenso (Lorusso, 2018).

Tuttavia, il Web non è il primo capro espiatorio della predetta “crisi della verità”. Per ricondurre il fenomeno al mondo postmoderno, infatti, è inevitabile far riferimento ad un altro aspetto determinante che va a sintetizzare una serie di incrinature protratte negli anni e sfociate in un evidente problema di fiducia nelle istituzioni e nelle principali agenzie del sapere. Perché le ideologie che un tempo indicavano la verità, oggi non sono più in grado di farlo? Perché le verità – per mezzo della Rete – si moltiplicano a tal punto da rendere impossibile immaginare ancora una “verità”? Le risposte sono tante e in continua evoluzione, ma il primo sintomo riconduce alla crisi del contratto fiduciario che, nelle fasi storiche precedenti, legava i cittadini ai politici italiani, ai media e alla propria comunità di appartenenza (Lorusso, 2018).

Attualmente, l’informazione personalizzata tende a isolare l’individuo, che non si riconosce più nelle vecchie ideologie e va alla ricerca di “nuovi patti di intesa”; il parametro prioritario per la stipula dei nuovi

“contratti di fiducia” è chiaro: l’emotività. “Mi fido di chi reagisce come reagisco io, di chi sente quello che sento io. Anzi, mi fido prima di tutto della mia esperienza, dei miei sensi” (Lorusso, p. 107). La circostanza che si delinea è piena di diffidenza verso figure professionali del mondo della scienza, della politica e dell’informazione che – seppur autorevoli e affidabili – vengono giudicate troppo costruite, artificiose, impostate e, di conseguenza, false. Il tutto è avallato da una delle retoriche più forti della contemporaneità, quella dell’autenticità come “declinazione esperienziale della verità” (Lorusso, p. 107). Questo aspetto è un tratto tipico di quella che il sociologo Panarari definisce come “democrazia in salsa populista” (Panarari, 2019). La società postmoderna, infatti – spinta proprio dalla disintermediazione della Rete e dalla sfiducia dilagante verso “l’autorità” – rivendica “vere-verità”, manifesta quella “voglia popolare di autenticità che attraversa come un’istanza irresistibile e irrefrenabile l’età della democrazia del pubblico” (Panarari, p. 71). È per questo che il popolo della post-verità si affida a “fonti” capaci di trasmettere veracità, spontaneità e, appunto, autenticità. Si potrebbe asserire, a questo punto, che tale fattore si vada a scontrare proprio con la competenza e l’autorevolezza delle fonti originarie. Se si tende a credere a chi risulta “simile a me” o – ancor di più – se si è spinti al confronto solo con sé stessi, è inevitabile assistere (e già lo si sta vivendo) ad un livellamento verso il basso delle competenze. In sintesi, con quanto argomentato si deve concludere che si sta assistendo “all’inizio della fine” dei fatti? No, e in questo la buona informazione può fare la differenza.

Innanzitutto, sono i media dell’informazione a dover reagire. Nell’ambito di interesse dell’elaborato, il giornalismo, in particolare, ha l’obiettivo di ripristinare il pluralismo e il confronto democratico, rivitalizzando la sfera pubblica nel suo senso habermasiano, allontanando l’isolazionismo e il relativismo postmoderno. La crisi di credibilità che affligge il giornalismo attuale, infatti, è la conseguenza inevitabile del fatto che – come è stato anticipato – lo stesso mondo dell’informazione si è piegato allo spirito diffuso della fase postmoderna. In altre parole, oggi la stampa – anche nella sua versione “virtuale” – si regge su notizie composte da opinioni, dichiarazioni, commenti, prese di posizione, affermazioni e discorsi in genere protrate in un circolo infinito (Gili, 2001) e spesso svuotato di quello che dovrebbe essere il contenuto principale: informazioni vere e autorevoli. Le notizie così confezionate, di conseguenza, sono oggetto di facile deformazione da parte di un pubblico sempre più scettico e il loro travisamento interpretativo – che sia volontario o meno – rompe il riferimento ai fatti e altera il riferimento alla verità: ognuno è libero di ricavarne una personale.

Come ripristinare, dunque, la funzione di *watchdog* dell’informazione in una società che – seppur etichettata come “virtuale”, “populista”, “disintermediata”, “emotiva” – rimane prima di tutto una società “democratica” e che, in quanto tale, ha bisogno di qualcuno a difesa del pluralismo e del confronto su temi e questioni “vere”?

È questa la sfida del “giornalismo 2.0”; il problema non è nel “cosa” fare – per anni gli organismi dell’informazione sono stati da esempio – ma nel “come” abbattere o, perlomeno, “addomesticare” un fattore inestirpabile del mondo contemporaneo: la post-verità.

Gili propone di riportare l’attenzione sulla “cosa di cui si discute”, isolando, quindi, l’aspetto emotivo e la suggestione che un fatto è tanto più credibile quanto più è alto il numero di adesioni attorno ad esso (Lorusso,

2018). Per rendere possibile la ri-creazione di una “dimensione del “noi” più originaria assieme a una sfera pubblica che tollera e richiede l’esistenza del dibattito tra più punti di vista (Gili, 2010) è necessario che le agenzie di informazione si riorganizzino e si riappropriino della loro funzione sociale. Si tornerà sulla questione in fase conclusiva, per ora, ci si limita a lanciare un’ulteriore considerazione: il fatto che i recenti cambiamenti strutturali abbiano condotto ad una moltiplicazione di queste agenzie, non deve tradursi in un’equivalente moltiplicazione delle verità offerte, permettendo alla post-verità di prevalere. Questo significa andare contro corrente in un flusso di contenuti, quello della Rete, che sembra quasi impossibile da arginare. Ma se dal connubio tra Internet e mondo virtuale derivano polarizzazione, centralizzazione, relativismo conoscitivo e isolamento, allora i media devono imporre la loro democraticità nel nuovo spazio virtuale favorendo, al contrario, il decentramento delle opinioni. Questo significa abbattere la paura del dissenso a cui si accennava e promuovere il dibattito con l’altro; questo significa favorire l’incontro tra utenti anche in una sfera pubblica “virtuale”. Infine, questo implica una propensione dei media tradizionali a reinventarsi, adattarsi al contesto nuovo della comunità 2.0 e sperimentare nuove forme di “fare informazione” sempre a supporto della democrazia.

Come sarà illustrato nel prossimo paragrafo, l’ostacolo più grande è rappresentato da due fattori: le *filter bubble* e le *eco chambers*.

2.2 Eco chambers, filtre bubbles e i “pericoli” dell’informazione personalizzata

Parlando di *filter bubble* e di *eco chambers* si inseriscono nell’elaborato due ulteriori neologismi che, in quanto tali, meritano prima di tutto una precisazione di senso. Spesso usati come sinonimo, in realtà, emergono sfumature velate tra l’uno e l’altro significato. Una volta chiarito il significato, l’obiettivo del focus proposto sarà dimostrare come la post-verità si serva di questi “strumenti” per far leva sul pregiudizio cognitivo connotato alla natura dell’essere umano – concetto che verrà approfondito nel corso della ricerca – e, conseguentemente, come raggiunga i suoi scopi distorsivi e manipolatori della realtà.

Eli Pariser, noto imprenditore e attivista tecnologico americano, rivendica la paternità del termine *filter bubble*, apparso per la prima volta nel suo libro del 2011 “*The Filter Bubble: What the Internet Hide Hides from You*”. Ad oggi, è ancora poco diffuso il ricorso a traduzioni italiane – a volte “bolle filtro”, altre “bolle a filtraggio” – e si tende a prediligere l’utilizzo del termine inglese. Nonostante ciò, il ricorso all’espressione anglofona, evoca fin da subito una chiara immagine visiva, ma per eludere dubbi interpretativi è opportuno ricorrere ad alcune formulazioni accademiche atte a descrivere il concetto. Una delle più sintetiche e chiare, utile a consegnare al lettore una rappresentazione immediata, si coglie in Burns (Burns, 2019), il quale afferma che una *filter bubble*: “emerge quando un gruppo di partecipanti (intesi come utenti che aderiscono ad una stessa piattaforma) sceglie di *connettersi* preferenzialmente tra loro, escludendo gli estranei”. Anche l’ideatore stesso della parola, naturalmente, da una sua versione esplicativa riferendosi a “quell’ecosistema personalizzato dell’informazione creato dagli algoritmi” (Pariser, 2011). La spiegazione di Pariser risulta molto più

tecnica e – se da una parte il concetto di “informazione personalizzata” è stato ampiamente discusso e il suo significato è ormai indubbio – deve essere effettuato un ulteriore passaggio che passa per la definizione di “algoritmo”. Nell’informatica si parla di “algoritmo” quando vengono messe in atto una serie di procedure semplificate per risolvere un determinato problema; le istruzioni da seguire sono elementari, ma seguono uno schema preciso necessario per giungere alla conclusione del processo. Riportando tali tecnicismi non si vuole trasmettere l’idea di aver trasformato l’elaborato in un manuale di programmazione informatica e di parlare di concetti fuorvianti dalla materia di interesse, la post-verità. Come si ricollega, dunque, questo *modus operandi*, esclusivamente brevettato per apparati tecnologici, con la questione della distorsione della verità? La risposta è più scontata di quanto potrebbe sembrare, basta riprendere la definizione dell’attivista americano e soffermarsi sul senso della relazione tra un “ecosistema personalizzato dell’informazione” e, appunto, “l’algoritmo”.

La Rete funziona per mezzo della procedura algoritmica, anzi, la Rete è un gigantesco algoritmo. I *social network*, i principali siti di ricerca e di aggregazione di notizie – Google un esempio su tutti – hanno un’offerta diversificata di contenuti in base alla tipologia di utente (Lorusso, 2018); in altre parole, gli algoritmi procedono distribuendo informazioni “calibrate” sui gusti, sugli interessi e sulle preferenze mostrate dai consumatori del Web 2.0. Proprio da questa logica di funzionamento, si alimenta un tipo di informazione sempre più personalizzata, mirata a compiacere il consumatore, a rafforzare le sue posizioni di partenza e, di conseguenza, a dirottarlo rispetto alla realtà dei fatti. Una prima conclusione, dunque, è che il funzionamento dell’algoritmo di Internet abbia riflessi negativi sulla percezione della realtà: la sua falsificazione diventa un rischio altamente concreto, perché, appunto, limita e altera la sfera cognitiva dell’utente. L’idea del “filtro” rimanda proprio a questa possibilità: “non c’è una gerarchizzazione interna organizzata su altri parametri possibili se non quello della “preferenza”, che, però, “nulla ha a che vedere con la rilevanza, la correttezza e la significatività sociale” [...] “c’è una selezione già compiuta, fatta sulla base di un criterio passivamente e spesso inconsapevolmente subito (quello dei gusti osservati e studiati da chi si occupa di targettizzazione)” (Lorusso, 2018, p. 42).

Questo approccio indubbiamente negativo alla nozione di *filter bubble* è realistico, ma viene, in un certo senso, sminuito da recenti studi che, al contrario, mirano a smentire – o quantomeno a minimizzare – il legame tra “algoritmo” e “bolla filtro”. È vero che Google tende a personalizzare i risultati di ricerca, YouTube suggerisce video sulla base di quelli visualizzati in precedenza, Amazon pubblicizza prodotti ricalcando i gusti di quelli acquistati, Facebook mette in evidenza contenuti postati solo da utenti con cui si hanno più contatti e via discorrendo; ma per quanto sia innegabile che i risultati algoritmici rafforzano l’interesse degli utenti, il team di ricerca dell’Università del Michigan vuole dimostrare come il risultato non sia un totale isolamento dentro queste grandi sfere. Ora, senza entrare nel dettaglio dell’analisi condotta nel 2015, si consideri subito il risultato: il campione di dieci milioni di utenti sottoposto ad osservazione ha dimostrato come la tendenza generale sia stata quella di selezionare le notizie in base al loro orientamento politico, al loro profilo professionale e, certamente, in linea con i loro interessi. Il rapporto, dunque, avvalorava la tesi che le persone, in media, si informano come vogliono e non solo in base al *news feed* proposto dall’algoritmo (Meineck, 2018). D’altronde, il pregiudizio cognitivo, la “difesa dell’io” – secondo la teoria indiana – e la tendenza a confrontarsi

con argomenti di conferma piuttosto che di smentita – il c.d. *confirmation bias* (Wason, 1960) – sono parte del patrimonio umano da molto prima che la tecnologia cominciasse a diffondersi.

La disputa attuale, tuttavia, riporta la questione al centro del dibattito, rivelando diverse opinioni sul meccanismo di queste “bolle filtrate” e sul loro impatto sociale; ma che le si voglia accogliere come un fenomeno neutrale preesistente, consolidatosi con lo sviluppo della era digitale o che lo si guardi con più scetticismo, non bisogna distogliere l’attenzione dagli effetti prodotti; per quanto si voglia minimizzarne la portata, infatti, le dinamiche della dimensione online portano l’isolamento dell’individuo.

È qui si ricollega l’altro termine richiamato all’inizio del paragrafo, quello delle *echo chambers* o, se si preferisce la versione italiana, “camere dell’eco”. Anche in questo caso la terminologia funge da attivatore sensoriale e proietta dentro una stanza chiusa, delimitata quasi in modo ermetico, dove al suo interno – per queste sue caratteristiche – rimbombano suoni, riecheggiano voci, e, si direbbe, si è sottoposti ad un forte rintonamento. Anche in riferimento alle *echo chambers*, viene riportata una formulazione più autorevole della locuzione. Sempre appellandosi ai recenti studi di Burns, una *echo chamber*: “emerge quando un gruppo di partecipanti sceglie di *comunicare* preferenzialmente tra loro, ad esclusione degli estranei” (Burns, p. 29). La differenza sottile, quasi impercettibile, si coglie nell’utilizzo del verbo: nel caso delle bolle si parla di “connessione”, nel caso delle camere, invece, si parla di “comunicazione”. Questa capillare discordanza evidenzia come il fenomeno delle *echo chambers* abbia preceduto la più fortunata diffusione della parola *filter bubble*, che, alla luce di ciò, può essere considerata una sua evoluzione. Si parla di “camere dell’eco” per riferirsi ai media tradizionali come televisioni e giornali; siamo dunque in un’epoca precedente, nel vivo della fase moderna non ancora “post”. Come illustrato, infatti, originariamente erano proprio questi media tradizionali ad attirare a loro una comunità di persone e organizzare una determinata propensione politico-ideologica⁴; tuttavia, il risultato è lo stesso riprodotto oggi dagli ambienti digitali: la creazione di stanze, camere, bolle, sfere o qualsiasi altro concetto che renda l’idea uno spazio delimitato, uniforme e quasi impenetrabile. Ecco perché, oggi, l’antenata delle “bolle filtro” viene spesso usata come un suo sinonimo. Volendo eccedere di precisione, però, c’è una differenza sostanziale tra le due determinazioni, che va oltre la mera definizione tecnica. Se la tendenza all’emarginazione sociale dell’individuo, teso ad evitare il disagio sociale che un confronto democratico comporterebbe, vale sia per l’uno che per l’altro processo, oggi, i meccanismi della Rete per mezzo delle *filter bubble* rendono tali sviluppi molto meno evidenti.

Competendo recenti studi di stampo più marcatamente sociale, infatti, il “rischio” emerge con chiarezza: quando si acquista un giornale – una consueta azione quotidiana del cittadino di ieri e di oggi – si presume l’esistenza di un’idea politica e un chiaro immaginario di riferimento che lo indirizza nella scelta del quotidiano; nessuno, in altre parole, può dissuadere il lettore fedele di “Repubblica” a comprare “Il Corriere della Sera”, ad esempio; c’è una barriera ideologica che rimane integra e non incontra ostacoli, almeno nel mondo

⁴ Per una visione più ampia delle nozioni trattate si rimanda alla seguente pagina: <https://www.insidemarketing.it/glossario/definizione/echo-chamber/>

reale. Volendo applicare la stessa fattispecie in Rete, invece, la volontà di informarsi per l'utente risulta più "limitata, limitante e soggetta a forme diverse di filtraggio" (Inside Marketing).

Insomma, che assuma le sembianze di una camera o quelle di una bolla, si parla pur sempre di uno spazio isolato in cui le piattaforme virtuali indirizzano e risucchiano l'internauta inconsapevole, che soccombe ai propri pregiudizi cognitivi.

Come osservato da McIntyre – dopo aver offerto una dettagliata rassegna di uno studio sul tema – l'aspetto emotivo gioca un ruolo fondamentale in questa "sottomissione" del cittadino-utente al Web; ed è in questo passaggio che ritorna centrale il concetto di "pregiudizio cognitivo". Quando si è emotivamente coinvolti su una particolare questione, infatti, anche se sembra di agire razionalmente e di pensare in modo autonomo, tutte le prove sperimentali dimostrano che la capacità di ragionare è fortemente compromessa (McIntyre, 2019). Chiaramente, la dissonanza cognitiva, la tendenza alla conformità sociale e il pregiudizio di conferma, intesi come tratti tipici della natura umana, diventano effettivamente rilevanti per la post-verità solo giungendo nell'era postmoderna, quando si viene a creare una situazione che può essere definita come la "tempesta perfetta"; non a caso, infatti, il mantra della post-verità viene a galla solo nel contesto contemporaneo facendo perno sui suoi elementi caratterizzanti: l'estrema parzialità faziosa della Rete e i "silos" di notizie all'interno dei social media (McIntyre, 2019).

Come evidenziato da Pireddu, infatti, esiste una differenza sostanziale tra l'informazione del passato, ancorata principalmente ai mass media e al ricorso ad una strutturata agenda setting, e quella odierna, agganciata alle dinamiche di funzionamento dei social media. Lo scarto annunciato tra ieri e oggi è riscontrabile nella perdita di autorità delle istituzioni tradizionali, quelle che nella fase moderna dell'informazione si occupano di strutturare la vita sociale e politica della comunità (Pireddu, 2016). È quel che sostiene, tra gli altri, anche Francis Fukuyama (Fukuyama, 2016) quando parla di declino della fiducia accelerato dall'accesso a spazi informativi online, un processo apparentemente democratico ma che contribuisce a rendere quelle stesse istituzioni più trasparenti e meno apprezzate dall'opinione pubblica. Quel che più manca, dunque, è un'educazione all'uso e alla gestione più consapevole di dati e informazioni che può compensarsi non solo conoscendo meglio le nuove tecnologie, ma rafforzando l'uso del proprio senso critico (Pireddu, 2016).

Merita di essere segnalata, inoltre, un'ulteriore discontinuità; mentre in passato i pregiudizi cognitivi e la tendenza naturale a isolarsi vengono attenuati dalle "obbligate" relazioni con gli altri nel mondo reale, oggi, si assiste ad un paradosso: nonostante il diluvio mediatico di notizie e informazioni, l'utente naviga "solo" e questo lo pone "al riparo" dal dibattito e dall'incontro con opinioni contrarie. In questo contesto fluido, indefinito e dalle regole ancora poco trasparenti, le *filter bubble* hanno il compito più che facilitato.

Alla luce di questo scenario, dunque, il problema per l'informazione democratica è lampante: la chiusura ostacola il confronto fino a renderlo impraticabile, e questo risulta paradossale se si pensa ad Internet come uno strumento nato, al contrario, per avvalorare la democrazia.

In realtà, come già avanzato, non bisognerebbe approdare a conclusioni fatalistiche sulla Rete, né tanto meno condannare quella che, al di là di tutto, è una grande evoluzione per la comunità sociale, informativa e

politica. Il rischio potenziale può diventare un pericolo reale per la democrazia solo se il flusso di contenuti viene lasciato “incontrollato” in mano a utenti privi di senso critico.

I nuovi dispositivi di gestione dell’informazione, “intesi come una rete di elementi, discorsivi e non che presiedono alla visibilità, alla circolazione di informazioni, alla regolarizzazione di prassi, al consolidamento di sentimenti sociali” (Lorusso, 2018, p. 43) devono essere in qualche modo arginati da una buona regolamentazione e dall’attività di compensazione svolta dagli altri attori sociali – politici, giornalisti e cittadini – che devono trovare un modo di opporre resistenza.

In conclusione, è proprio nelle *filter bubble* che si sostanziano questi dispositivi informatici. È vero che hanno condotto a un mutamento radicale delle nozioni di verità, autorità, credibilità, visibilità sociale e quant’altro, è comprovato anche che causano una tendente emarginazione sociale dell’individuo, ma quest’ultimo può fare la sua parte. E qui il gioco della “consapevolezza” può fare la differenza.

Per riassumere, che sia in edicola o che sia un social network, l’attitudine dell’essere umano a prediligere il confronto con soggetti o oggetti che offrono un pensiero affine al proprio è parte integrante della propria natura, da sempre, e questo fattore non può cambiare. Ammesso anche che nel Web ci sia qualche “spinta” in più verso l’evitamento del dissenso, è stato detto che esistono possibilità di reagire e non lasciarsi trasportare passivamente dalla Rete. Qual è, dunque, la vera minaccia rappresentata dall’incontro tra l’informazione che “dalla carta” si trasla in spazi molto più fluidi? L’assenza di una vera autorità, quella che dirime un contenuto autorevole e certificato da uno falso e ingannevole; in altre parole, il controllo dei fatti immessi nella Rete risulta ancora insufficiente.

Nonostante gli sforzi compiuti in tal senso, gli strumenti messi a punto mostrano carenze tecniche e lacune operative; così, nel Web circolano con troppa libertà bufale, menzogne, quelle che oggi si conoscono come *fake news* e che non sempre sono facili da riconoscere.

Ecco allora dove risiede la vera insidia per la democrazia dell’informazione e, allo stesso tempo, la grande alleata della post verità.

2.3 Lo storytelling, notizia come sinonimo di racconto: leva sulle emozioni

“Innumerevoli sono i racconti del mondo [...] Il racconto è presente in tutti i tempi, tutti i luoghi, tutte le società; il racconto comincia con la storia stessa dell’umanità; non esiste, non è mai esistito in alcun luogo un popolo senza racconti; tutte le classi, tutti i gruppi umani hanno i loro racconti e spesso questi racconti sono fruiti in comune da uomini di culture diverse, talora opposte; il racconto si fa gioco della buona e della cattiva letteratura; internazionale, trans-storico, transculturale, il racconto è là come la vita”.

Ronald Barthes

L’estratto introduttivo coglie l’essenza di un importante articolo di Ronald Barthes (Barthes, 1966) sulla storia e sulla funzione sociale del racconto nello scenario collettivo; non a caso, si rimanda ad uno dei maestri francesi della semiologia – scienza dedicata allo studio delle parole e dei segni – per spostare l’elaborato verso

un approccio più “narrativo”; ricorrendo agli strumenti della semiotica, infatti, si agevola l’intento di svelare la relazione tra lo *storytelling*, – vale a dire l’uso di strutture narrative elementari per organizzare ciò di cui si parla o si scrive (Cosenza, 2018) – l’emotività dell’individuo e la post-verità. Prima di addentrarsi nella “giungla” delle *fake news* e del “caos disinformativo” – argomento sul quale si concentra il prossimo paragrafo – è stato ritenuto opportuno riflettere proprio sulla funzione dell’essere umano nella versione più vulnerabile, quando ad entrare in gioco sono i sentimenti, i valori e, per l’appunto, la “storia” che lo identifica. In ragione di questa attitudine, sarà interessante comprendere come l’aspetto emotivo influenzi l’approccio nel giudizio della “verità dei fatti” e come, di conseguenza, la post-verità può “giocare” su questa debolezza umana.

Sono stati fin qui resi noti i cambiamenti in atto, partendo dall’ascesa dei social media, passando per lo sviluppo di diverse tecnologie e, infine, segnalando il ricorso ai vari strumenti informatici per orientare l’informazione nell’era digitale e disporla nella comunità. Nonostante i mutamenti, non è da trascurare il fatto che il perno della corrente informativa, rimanga comunque invariato: l’uomo; l’essere umano, quello di ieri e quello di oggi, era ed è il punto centrale attorno al quale ruota il flusso di notizie; è il consumatore finale che deve essere accontentato, è il giudice, è colui che determina le mode, le tendenze e i gusti prevalenti in una specifica fase storica. È vero, le modalità di confezionare un “pacchetto su misura” sono notevolmente cambiate, ma il cittadino – che sia esso un lettore, uno spettatore, un utente o un *navigator* – mantiene il suo primato. Al di là delle diverse denominazioni conferitegli con l’evoluzione storica, i fatti e le notizie giungono ad un individuo che, prima di tutto, è sempre emotivamente e psicologicamente coinvolto.

Un ulteriore aspetto da mettere in luce riguarda la sensibilità mostrata verso particolari temi che, come emerge dall’analisi svolta, varia a seconda del contesto storico di riferimento, quello tecnicamente viene definito *frame*, altro inglesismo a supporto dello studio che si intende condurre. Il concetto si elabora negli anni Settanta nell’ambito degli studi di intelligenza artificiale, quando ancora il concetto di *post-truth* è ignoto ai vari ambiti disciplinari che si occupano di comunicazione e informazione. In Italia, la nozione trova la sua fortuna con Umberto Eco; il noto esperto dello studio dei segni definisce il *frame* come: “Una struttura di dati che serve a rappresentare una situazione stereotipata [...] Ogni frame comporta un certo numero di informazioni. Alcune concernono ciò che qualcuno può aspettarsi che accada di conseguenza. Altre riguardano quello che si deve fare se queste (Minsky, 1975) [...] In tal senso una “sceneggiatura è sempre un testo virtuale o una storia condensata” (Eco, 1979, pp. 79-80). Semplificando, la “cornice” descritta dallo studioso italiano allude a qualcosa di strettamente “familiare”, un contesto di riferimento comune, tipico e standardizzato in cui si susseguono “schemi di azione e di comportamenti prestabiliti” (Eco, 1984, p. 70). Tali formulazioni sono consone a descrivere lo stesso mondo reale, che prevede l’esistenza di uno sfondo fisso in cui si colloca una comunità. L’essere umano, infatti, prima di accedere ai *silos* dell’informazione, entra in stretta relazione con il proprio tessuto sociale, vive in simbiosi con la cultura che lo caratterizza, si alimenta delle credenze e sprofonda nella storia della propria comunità. Insomma, la “cornice” è la variabile indipendente della ricerca, di conseguenza, le modalità di interazione con essa non possono prescindere. Così, la necessità di scovare uno

strumento idoneo a presentare i “fatti” ad una determinata società di individui sfocia nel ricorso allo *storytelling*, con cui le verità, le notizie e l’informazione in genere diventano uno strumento di narrazione.

Anche in questo caso, non emerge una valida traduzione italiana dell’inglesismo. Secondo l’autore italiano Andrea Fontana – non a caso noto anche come “guru dello *storytelling*” – il termine *story* non dovrebbe essere tradotto in “storie”; piuttosto, risulta corretto il concetto di “racconto”, più facilmente assimilabile ai termini “rappresentazione” e “simulazione”: “per questo fare *storytelling* significa in primo luogo creare rappresentazioni: testuali, visive, sonore, percettive, che un brand, un prodotto/servizio, una persona possono creare per emozionare e relazionarsi meglio con un pubblico” (Fontana, 2016). In sintesi, si intenda lo *storytelling* nel senso di un’azione volta a “comunicare attraverso racconti” (Ibidem).

Tuttavia, considerando l’ampio interessamento sul tema da parte di studiosi di più filoni – marketing, politica, comunicazione, ecc. – non c’è una definizione organica e concorde come nel caso della *post-truth*; a garanzia di un’analisi quanto più completa e imparziale, dunque, si riporta si riporta un quadro sintetico delle più autorevoli e consolidate interpretazioni della terminologia.

Autore	Definizione di <i>storytelling</i>
Christian Salmon (2008)	L’arte di raccontare storie
Andrea Fontana (2016)	Comunicare attraverso racconti
<i>National Storytelling Network</i> ⁵	L’arte interattiva di utilizzare parole e azioni per mostrare gli elementi e le immagini di un racconto incoraggiando nel frattempo l’immaginazione degli ascoltatori
Osservatorio di <i>Storytelling</i> ⁶	La modalità di pensiero e comunicazione dell’essere umano, presente in ogni ambito dove ci sia un’interazione tra persone
Lee e Shin (2015)	Un modo fondamentale per percepire il mondo e un mezzo per creare una narrazione riguardante esso così come le persone lo vedono

Fonte: elaborazione propria

A questo punto, considerando che l’espedito narrativo del racconto è vecchio quanto la storia dell’evoluzione umana, la creazione e la condivisione di storie non rappresentano esperienze nuove, ma incontrandosi con le tecnologie digitali della postmodernità si consente a tali attività di intensificarsi e di ottenere un notevole

⁵ National Storytelling Network, <http://www.storynet.org/resources/whatisstorytelling.html> [“Lo storytelling è l’arte interattiva di utilizzare parole e azioni per mostrare gli elementi e le immagini di un racconto incoraggiando nel frattempo l’immaginazione degli ascoltatori”].

⁶ Osservatorio di Storytelling <http://www.storytellinglab.org/osservatorio-di-storytelling/>

successo. Con l'avvento del Web 2.0, inoltre, si inizia a parlare proprio di una versione “*Digital*” dello *storytelling* tradizionale, tanto che il ricorso a “storie” per comunicare è diventato un vero e proprio fenomeno di massa. A rendere chiara l'impetuosità del processo, si cita Joe Lambert, uno dei fondatori del *Center for Digital Storytelling*, il quale afferma:

“Many more people, and communities, are waking up to the power of their own voice in the media and are finding the means to express themselves, for themselves and their communities through new media” (Lambert, 2013).

Oggi, inoltre, si parla sempre più spesso di *user generated content* in riferimento ai diversi contenuti creati e pubblicati dagli utenti della Rete e non a caso Lambert conclude la sua riflessione sostenendo:

“though *digital storytelling* we all can become storytellers again” (Lambert, 2013).

Definita la centralità di una “storia” per l'essere umano, si consideri anche come la potenza di tale espediente – oltre al fatto di adattarsi con facilità sia al mondo virtuale che a quello reale – emerga dalla capacità di un racconto di far leva sull'emotività dell'individuo. Raccontare una verità con logiche narrative, infatti, permette di organizzare la propria esperienza, di dare significato alla vita, di attribuire un certo significato alle parole, alle frasi, ai discorsi e, appunto, di alimentare una percezione diversa della realtà e dei fatti che la colmano (Cosenza, 2018). Proprio per queste peculiarità, la rappresentazione dei fatti come “racconti” non sempre viene accolta con positività.

A tal proposito lo scrittore Christian Salmon allude a “l'arte di raccontare storie” (Salmon, 2008); lo studioso francese mostra particolare interesse per il tema, tanto da parlare di “*storytelling revival*”, definizione che risulta perfettamente calzante a descrivere l'impressionante diffusione dello *storytelling* nel mondo post-moderno; fermo restando che la narrazione è antica come la storia dell'umanità e che questa forma di comunicazione si è protratta negli anni in forme e occasioni differenti, è chiaro che solo nell'era postmoderna – come anticipato in precedenza – si riscopre il potere persuasivo di una storia; sempre più frequente, infatti, è il ricorso allo *storytelling* per fini manipolativi, per lo più asservito alle cause degli attori sociali in questione: politici, giornalisti, media, ma anche i gli stessi cittadini. Per queste ragioni, la nozione viene spesso associata all'intento di ingannare, soprattutto in Italia dove il termine, in principio, era collegato al settore del marketing e della pubblicità e, dunque, considerato uno stratagemma per “vendere”. La diffusione agli altri settori sociali – soprattutto in quello giornalistico e politico – non ha attenuato l'accezione negativa, alimentando l'opinione diffusa di “*storytelling* come capacità di manipolare il prossimo in modo magari affascinante, ma irrimediabilmente menzognero” (Cosenza, 2018, p. 26). Insomma, si è giunti a percepire l'atto di “raccontare storie” come un sinonimo di “raccontare falsità”.

Alla luce di queste considerazioni, si intuisce con immediatezza come la post-verità, servendosi della mente umana, riesca a diffondersi e a “contaminare” l'informazione del mondo contemporaneo. Mai come oggi, infatti, è evidente che le “verità” sono diventate oggetto di narrazione e, dunque, di *storytelling* (Lorusso, 2018). L'era postmoderna – sulla scia della personalizzazione della politica, della spettacolarizzazione dei messaggi e della mediatizzazione dei contenuti – fa leva su un'acquisita consapevolezza: le “storie” sono lo

strumento più pervasivo ed efficiente per entrare in contatto con una collettività “diffidente” verso le modalità classiche di “fare informazione”. Con questa presa di coscienza, si comprende come ricamare su fatti reali alcuni accessori narrativi e esemplificativi idonei a favorire la comprensione e la diffusione di contenuti sia un’azione non solo consentita, ma anche legittimata. Insomma, come sostenuto dalla stessa professoressa di filosofia Annamaria Lorusso, “creare storie è diventato un dovere e anche un mestiere”, e questa valorizzazione diffusa e esasperata delle storie tende a creare fenomeni nuovi che influenzano direttamente il mondo dell’informazione (Lorusso, 2018).

Mettendo in evidenza l’importanza del *frame* – inteso come lo sfondo sociale in cui si intessono le relazioni umane – si vuole mostrare come i principali addetti alla divulgazione di informazioni ricorrano a questo artificio narrativo soventemente, inserendo una notizia in una “sceneggiatura” già consolidata; lo scopo è proprio quello di far leva su quel pregiudizio cognitivo – spiegato nel paragrafo precedente – insito nell’essere umano e consegnare al lettore-utente delle conferme in “storie” che conosce già. Con questa rinnovata impostazione, la notizia perde inevitabilmente la propria essenza “rivelativa”; in altre parole, evapora la sua funzione di “resoconto giornalistico di un fatto o di un avvenimento ritenuto degno di essere portato a conoscenza del pubblico”⁷, se questo ne è già al corrente o, perlomeno, ritiene di esserlo. Ma l’epoca della post-verità, infondo, si nutre proprio di questo: attingere alla narrativa di fondo per consolidare in una collettività alcune convinzioni, spiegazioni, racconti, fatti e notizie “che non trovano argini, ma conferme” (Lorusso, 2018).

In precedenza, l’elaborato mette in evidenza la “crisi” che ha fatto venir meno il “patto di fiducia” tra i cittadini e le tradizionali agenzie dell’informazione, alludendo ad una società “diffidente” e sempre più scettica nell’affidarsi a queste ultime. Alla luce della recente analisi, dunque, si conclude che l’esigenza di ristabilire una “fonte” di riferimento alternativa, sfocia necessariamente in un nuovo tipo di intesa, designata, non a caso, come “patto narrativo”. Attenzione, la predilezione collettiva di accogliere un “fatto” confezionato come una “favola” non significa che con il sopravvento dell’epoca della post-verità esista solo una versione irrealistica e fuorviante dell’informazione; al contrario, le notizie vengono sempre presentate come “vere”, perché è sempre la “verità” che si ricerca nell’atto di informarsi, ma vengono imballate in modo tale da essere più apprezzate e coinvolgenti piuttosto che verificate e attendibili. Come? Proponendo una “storia” fatta di personaggi convincenti, passioni comuni e con un orizzonte narrativo plausibile; in altri termini, intrecciando il *frame* con la *truth*. Il “fatto” si veste così di una nuova credibilità e si giudica verosimile proprio perché si ritiene tale anche il *frame* su cui poggia: il contesto di riferimento in cui un’intera collettività si identifica (Lorusso, 2018).

È proprio da questa visione che nascono forme di espressione giornalistica nuove, quali il *citizen journalism* o il *visual journalism*; questi generi moderni si affiancano alla struttura classica di una redazione giornalistica, progettando un approccio rinnovato con l’arte di “informare” attraverso una collaborazione proficua con attori inediti. La sfida per il giornalismo tradizionale è quella di contenere la tendenza delle nuove categorie che – pensate proprio per promuovere l’immedesimazione del cittadino nelle notizie offerte – non solo rinsalderebbe le fratture tra lettore e produttore, ma porterebbe ad una sovrapposizione degli stessi. Lorusso parla a tale

proposito di “immersività” in un certo *frame* assimilabile ad una gigantesca cassa di risonanza in cui rimbombano passioni, convinzioni, credenze e opinioni prodotte dal cittadino stesso, perché tutti, incitati dall’avvento della post-verità, sono autorizzati a divulgare la propria “versione della realtà”. È facile vendere una “merce” – perché così oggi vengono considerate le notizie – reputata più attraente; ma “essere di tendenza” non è sinonimo di “essere vero”. A riguardo, il paragrafo si chiude chiamando in causa il genio premonitore di Orwell: “Il giornalismo è stampare qualcosa che qualcun altro non vuole che sia stampato; tutto il resto è pubbliche relazioni”.

Il più delle volte si dovrebbero accettare anche verità “scomode” o, semplicemente, meno conosciute, questa è la sfida per il giornalismo di professione: ritrovare l’autorevolezza perduta nel “caos disinformativo” della Rete.

2.4 La diffusione delle fake news. Si può parlare di scomparsa dei fatti?

“Il livello di partecipazione crescente che può favorire l’emergere di nuove idee e di innovazione può al tempo stesso essere all’origine di flussi di idee e di notizie che diffondono false informazioni [...] la forza di queste false notizie sta nell’essere generate da una comunicazione che non è più semplicemente gerarchica ma è diventata orizzontale, non è più da uno (identificabile come il manipolatore) a molti, ma da molti (tutti potenziali manipolatori) a molti (tutti potenzialmente ingannabili perché tutti bisognosi di punti di riferimento, di orientamento e di ancoraggio)”.

Carlo Mazzucchelli

Il frammento introduttivo ricalca alla perfezione l’orizzontalità dominante nelle piattaforme digitali. Il modo di comunicare cambia e, con esso, si modificano anche le direzioni dei flussi di informazione; il Web, infatti, tende a promuovere logiche partecipative “dal basso”, in linea con un modello partecipativo di ICT promotore di interattività e orizzontalità comunicativa (la c.d. dimensione dialogica) (Reddick, 2011; De Blasio, 2014). A tal proposito, Mazzucchelli parla di “partecipazione crescente”, inquadrando le piattaforme social come settore di miglioramento della democrazia; d’altro canto, i flussi comunicativi che incessantemente le attraversano possono subire più facilmente trasformazioni, anzi, deformazioni. Con questa logica si favorisce la diffusione di realtà distorte, illusorie, ma altrettanto convincenti e accettabili in assenza di altri “punti di riferimento, orientamento e ancoraggio”.

Si introduce, così, il fenomeno delle *fake news* in Rete, anticipando le ragioni dell’adesione e del seguito che tale evento produce. Ancora una volta, il ruolo dell’emotività risulta centrale.

Riassumendo il quadro tracciato finora, con l’avvento del Web 2.0 si consolidano principi quali l’apertura, la partecipazione, la collaborazione, l’orizzontalità delle comunicazioni e la democraticità nella creazione dei contenuti; i vantaggi di un maggior coinvolgimento sociale sono evidenti, ma l’ondata innovativa porta con sé anche conseguenze negative, prima fra tutte la difficoltà di individuare e accertare la fonte dei pullulanti contenuti informativi presenti sul web. È stato detto che tutti, oggi, sono potenzialmente editori, produttori di informazioni e dei più svariati contenuti grazie al principio dell’*user generated content*, e gli stessi media

tradizionali si sono trovati a condividere la propria funzione divulgativa: nello spazio “disintermediato” della rete tutti gli attori giocano alla pari. In questo contesto, dunque, risulta sempre più difficile discernere tra informazioni vere e informazioni false o totalmente inventate, le c.d. *fake news*.

Tuttavia, non è al mondo contemporaneo che risalgono le origini di questa “minaccia” per l’informazione. Le antenate delle *fake news*, infatti, decollano nello stesso momento in cui le notizie cominciano a circolare in maniera più ampia, precisamente dopo che Johannes Gutenberg inventa la stampa nel 1439; dunque, quelle che oggi si annunciano come *fake news*, sono in circolazione da molto più tempo rispetto alle notizie oggettive verificate che, al contrario, emergono massicciamente solo poco più di un secolo fa (Soll, 2016). Nate prima ancora delle notizie vere e precedendo la stampa ufficiale, le “bufale” continuano nel corso dei secoli, passando per l’Illuminismo, per la Rivoluzione scientifica e in quella francese, dove di “assurdità” messe in circolazione se ne contano tante. Insomma, osservando attentamente il loro andamento nel corso della storia, emerge sempre un “picco” in corrispondenza di una congiuntura storica di rivoluzione, cambiamento, crisi o transizione verso una nuova epoca. Non a caso, la questione sulle *fake news* irrompe nuovamente nell’attualità in contesti come quello della Brexit o nel corso della campagna elettorale che ha portato l’elezione del più “menzognero” presidente della storia degli Stati Uniti D’America. Ancora più tristemente recente, è il riferimento alla pandemia globale di Covid-19, un’altra fase atipica, impreveduta, inconsueta che, in quanto tale, è sinonimo di stravolgimenti sociali e cambiamenti epocali. In un contesto in cui la comunità si è riscoperta vulnerabile e impotente, infatti, le *fake news* trovano il terreno fertile per screditare le notizie verificate e sovrapporsi al ruolo dei giornalisti professionisti; questi ultimi, in situazioni come la crisi pandemica, si ritrovano con un “fardello” pesante da sostenere: rassicurare il pubblico informando in modo chiaro, trasparente e puntuale. Al caso di studio introdotto sarà dedicato il prossimo capitolo, ora risulta prioritario definire il ruolo della versione *fake* delle notizie nel mondo di oggi.

Come anticipato, la postmodernità si presenta come l’era della rivoluzione orizzontale; questo significa che il cittadino-utente ha il permesso di giocare un ruolo attivo nella creazione dei contenuti sullo stesso livello degli editori tradizionali: “content can be relayed among users with no significant third party filtering, fact-checking, or editorial judgment. An individual user with no track record or reputation can in some cases reach as many readers as Fox News, CNN, or the New York Times” (Allcott, Gentzkow, 2017).

Insomma, la realtà che domina la Rete è quella di un flusso di informazioni incontrollabile e, al tempo stesso, incontrollato, che permette a *fake news* e informazioni ingannevoli di proliferare; inoltre, proprio in virtù della “partecipazione crescente” a cui allude Mazzucchelli, a cadere nella trappola delle notizie false potrebbero essere migliaia di utenti. L’eredità di un maggior coinvolgimento sociale, insomma, si sostanzia nel disinganno, nella disillusione, nella disinformazione e in una profonda e accentuata disinformazione.

Si inserisce, a questo punto, una definizione più tecnica del fenomeno in esame, inteso come “non semplicemente una notizia falsa; è una notizia deliberatamente falsa” (McIntyre, 2019, p. 89). L’avverbio supplementare ne rafforza l’intento manipolativo: si produce e si mette in circolo una menzogna con cognizione di causa, con la consapevolezza degli effetti collaterali e dannosi che potrebbero prodursi, ma il fine è quello di

raggiungere uno scopo preciso. Riguardo le motivazioni del ricorso a tale espediente, infatti, si può asserire che rimangono invariate rispetto al passato; fin dai tempi più remoti è noto come i ricchi e i potenti hanno sempre avuto l'interesse – e di solito anche i mezzi – per convincere il popolo a pensare ciò che volevano (McIntyre). La differenza, e il problema, sta nell'ampiezza di tale fenomeno quando, giungendo nel mondo contemporaneo, si incontra con lo spazio fluido e amplificatore del Web. Oggi, invero, non sono solo i sovrani, i capi di stato o gli uomini di potere a condizionare l'opinione pubblica raccontando bugie; viene più volte segnalato come tutti, potenzialmente, possono produrre e diffondere contenuti falsi, senza nemmeno aver bisogno di uno “scopo” – quale quello mantenere e accrescere il consenso – come nell'antichità, ma per il semplice piacere di farlo. L'altro fattore di rischio insito nella postmodernità si riscontra nell'entità del fenomeno e del peso che assume nello scenario collettivo. Le bugie hanno le gambe corte, echeggia il noto proverbio, ma come è possibile verificare questa condizione – e dunque identificare una falsità – quando l'internauta si trova immerso in milioni di contenuti con un titolo identificativo vago, senza una fonte certificata alle spalle, ma così attrattivo tale da essere assimilato per “vero”? Il quesito rimanda all'elemento centrale della ricerca; è proprio nel problema dell'attendibilità delle fonti online e la conseguente proliferazione del fenomeno delle *fake news*, infatti, che si edifica la “post-verità”. È indubbio che parallelamente si stia assistendo ad un'assidua sperimentazione di metodi di *fact checking* per contenere il fenomeno, progettando processi di verifica della veridicità delle informazioni pubblicate online; anzi, in alcuni casi, i metodi di contenimento aprono alla collaborazione con giornali e reti televisive proprio per evitare che anche in questi “spazi” autorevoli si diffondano notizie non confermate. Tuttavia, i recenti casi di confusione e agitazione sociale causati dalla diffusione di bufale, confermano come questi strumenti siano sì necessari, ma non sufficienti. Per un focus più dettagliato sul *modus operandi* della “caccia alle *fake news*” attuata da piattaforme di recente formazione si rimanda ai paragrafi successivi.

In questo passaggio si vuole entrare nel campo delle “responsabilità” soffermandosi sui primi attori chiamati ad agire; in altre parole, le “vecchie” agenzie dell'informazione – anche avvalendosi degli strumenti sempre più affinati del *fact checking* – sono i primi soggetti a doversi adoperare per arginare i rischi della “disinformazione di massa”.

Chi porta un messaggio è responsabile di tutte le impressioni false che possono nascere nella comunità di *followers*? O questa responsabilità deve ricadere solo su coloro che intendono indurre la gente a credere in qualcosa di falso? È questa la riflessione proposta da McIntyre, senza nascondere l'accusa rivolta alle agenzie tradizionali dell'informazione che si adagiano su questa “orizzontalità digitale” perdendo di vista l'obiettività e l'autorevolezza che dovrebbe contraddistinguerle (McIntyre, 2019).

In conclusione, le bugie, le *fake news* e tutti i fenomeni distorsivi della realtà esistono da sempre; fioriscono e “infettano” la società già da prima che i social network si affermassero come principali diffusori di contenuti, ma è proprio grazie a essi che trovano lo strumento virale perfetto per contagiare l'intera comunità senza filtri, senza controlli e producendo effetti per il momento, purtroppo, ancora sottovalutati. Il “contagio” a cui si allude, tuttavia, si ingenera da una sindrome più ampia: la regressione da terzo millennio alla quale si sta

assistendo, partecipando e contribuendo. Quella della società postmoderna, difatti, è associabile ad una vera e propria malattia che si manifesta nel prevalere dell'effimero, nell'eccessiva attenzione al momento presente, nelle accelerazioni continue che non lasciano spazio alla lentezza, all'introspezione e alla riflessione. La comunità della Rete è frenetica, si lascia trasportare dai flussi incalzanti del “grande spazio virtuale; ne consegue l'abbandono di valori, principi morali, modi di pensare e conquiste culturali che erano ritenute consolidate da tempo, pur nella fatica della loro pratica ed esperienza quotidiana. Se è vero – come è stato dimostrato – che viene meno l'ancoraggio a quelle che un tempo erano considerate un “porto sicuro” in cui rifugiarsi e a cui affidarsi (le agenzie professionali dell'informazione) si approda all'interno di nuove piattaforme tecnologiche in cui si spera di trovare il nuovo punto di riferimento; purtroppo, questa è una visione irresponsabile, oltre che dannosa, ma si appropria della mente di tutti gli individui che non agiscono più secondo logiche di responsabilità, ma seguono gli istinti inconsapevoli sollevati da Internet.

Frenare questa “caduta libera”, tuttavia, è possibile e non prevede necessariamente il distacco della spina o la fuga dai social network. La domanda giusta da porsi è: c'è davvero la volontà nell'attuare una strategia contro la diffusione delle *fake news*? D'altronde, come hanno dimostrato recenti studi, anche i media dati per spacciati – televisione e giornali – hanno trovato in alcuni episodi di “disinformazione” la propria gallina dalle uova d'oro. Prendendo come esempio l'ascesa di Donald Trump alla Casa Bianca, emerge un uso strumentale della televisione a supporto della funzione assunta negli ultimi anni dai social media, divenuti un importante veicolo di mobilitazione e di propaganda politica, a consentire il consolidamento della popolarità del “divo” politico.

La tesi sostenuta, infatti, è che la campagna di Trump sia riuscita con successo ad armare i media della rete e quelli tradizionali per produrre un umore diffuso – una sorta di sentimento nazionale – funzionale a proiettare la sua elezione come un futuro legittimo, possibile, desiderabile e, per certi versi, inevitabile. Questa dinamica è quella che Richard Grusin definisce “*premediation*”, associando la campagna elettorale di Trump ad un'occupazione quasi militare dei media, i quali hanno trovato nelle azioni più esilaranti del magnate americano un ottimo spunto per aumentare la copertura mediatica e per poter, di fatto, sopravvivere (Grusin, 2016). La grande copertura mediatica ottenuta da Trump fa leva proprio sul principio che i media tradizionali, in piena fase di crisi, non possono trascurare.

Di conseguenza, oggi, la selezione delle notizie viene effettuata sulla base della visibilità ottenibile, piuttosto che della rilevanza effettiva. L'ex imprenditore newyorkese ha compreso che la confezione del contenuto è importante tanto quanto il contenuto stesso, se non di più, e alla luce di questa percezione, egli escogita un modo “pop” per far passare i propri contenuti elettorali, invadendo la scena mediatica così come aveva fatto nell'edilizia: con l'inarrestabile smania di “costruire ed espandersi”. Lo studioso americano Richard Grusin evidenzia come l'inclinazione dei media *mainstream* a reagire alle provocazioni fuori dalle righe dell'emergente attore politico non solo abbiano contribuito a consegnare a quest'ultimo le chiavi della Casa Bianca, ma, a forza di rappresentare Trump come “il cattivo”, stanno loro stessi diventando “cattivi”.

In fondo, più che di lingua si parla di mancanza di correttezza e di morale, un problema endemico non strettamente legato all'era post-moderna. Le caratteristiche e le dimensioni assunte dal fenomeno oggi sono, però, diverse; ci sono alcuni fattori che in particolare devono essere sottolineati, tutti legati alla Rete: la globalità, la capillarità, la velocità virale della diffusione delle post-verità; e poi la generalità e genericità degli attori che possono alimentarle, spesso con una propaganda nascosta e inaspettata che può provenire da pseudo-istituti di ricerca, da esperti improvvisati. Sarebbe inopportuno e alquanto scorretto, dunque, assegnare al Web e ai social media la totale responsabilità della diffusione del fenomeno della post-verità, senza riconoscere le sue radici più antiche e precedenti alle tecnologie odierne, ma allo stesso tempo bisogna riconoscere il peso che hanno avuto e continuano ad avere nell'ampiezza del fenomeno (Mazzucchelli, 2017).

Sarebbe sufficiente sviluppare una maggiore consapevolezza e una riflessione critica sugli strumenti mediatici e tecnologici utilizzati, adottando alcuni semplici criteri etici di responsabilità individuale. Un primo passo verso nuovi livelli di coscienza che possono risultare utili a una migliore comprensione della tecnologia, delle interazioni che ogni giorno gli utenti hanno con essa e con l'informazione, e, infine, riflettere sul significato dell'essere un "post-cittadino".

I RIFLESSI DELLA POST-VERITÀ NELLA COMUNICAZIONE POLITICA E MEDIATICA ATTUALE

3.1 Il ruolo della cultura nel disorientamento sociale: origine e impatti della manipolazione informativa

“L’indebolimento del concetto di verità come riferimento al reale e la crescente indistinzione tra realtà e rappresentazione, vero e verosimile, interpretazione e manipolazione hanno accompagnato e facilitato una serie di pratiche che hanno prodotto gli effetti perversi e pericolosi - il ruolo sempre più rilevante della tendenza acritica e dell’emotività nella discussione pubblica - ai quali fa riferimento la definizione [di post-verità] dell’Oxford Dictionary”.

Giovanni Maddalena, Guido Gili

Dopo un’ampia rappresentazione delle accezioni assunte dalla post-verità, emerge con chiarezza un fattore particolarmente consistente e degno di nota, il primo a dare sostanza al fenomeno: l’emotività. La perdita di un punto di ancoraggio stabile, il disorientamento informativo, la difficoltà di scorgere una “verità” attendibile e sicura rappresentano effetti collaterali della “tendenza acritica e del ruolo dell’emotività nella discussione pubblica”, come intuirono Gili e Maddalena (Gili, Maddalena, 2017); è da questi presupposti, dunque, che si alimenta la *post-truth*.

La prospettiva storica adottata fin dall’inizio della ricerca risulta funzionale a rimarcare l’origine e l’evoluzione delle relazioni altalenanti tra le tre sfere sociali: mediatica, politica e pubblica; procedendo lungo un asse storico-temporale definito, infatti, è più agevole comprendere le fratture che derivano da questi equilibri sociali instabili, esplose con la grave crisi economica e sociale contemporanea. È proprio da questo momento “spartiacque” della storia più recente che si scorgono i primi segnali di disaffezione e di delusione per una gestione inappropriata della crisi, complice del malcontento generale e della diffusione di diffidenza reciproca, incertezza e paure collettive. L’insoddisfazione dell’opinione pubblica travolge, prima di tutto, la funzione sociale fino ad allora svolta dai giornali, non più considerati come strumenti di “rassicurazione sociale”; in secondo luogo, si registra da parte dei principali media una maggiore cautela nel riservare ad un attore politico uno spazio televisivo per “andare in scena”; infine, inizia a diffondersi il sospetto che i media tradizionali non siano più in grado di riferire notizie con la stessa autorevolezza di un tempo, e dunque gli stessi politicanti si affidano a canali alternativi per costruire e pubblicizzare una certa immagine di sé. Insomma, lo scenario esposto può essere sintetizzato in due elementi: sfiducia generalizzata e necessità di un nuovo paradigma per ristabilire un collegamento tra i principali attori sociali.

L’emergere della post verità, dunque, si inserisce proprio in questo clima di profondo cambiamento culturale. Mentre si acuisce lo smembramento del tessuto sociale presentato, si rafforza, parallelamente, un nuovo tipo di comunicazione che cambia lo statuto dei concetti di verità e realtà; La perdita di autorità delle istituzioni

tradizionali che un tempo strutturavano le comunità democratiche, entrando in crisi, vengono silenziosamente, ma irreversibilmente, “rimpiazzate” dall’entrata in scena di nuovi attori. Entrando nell’era digitale dell’informazione e della narrazione politica – come è stato ampiamente discusso – si introducono nelle spaccature tra media, politica e cittadini nuove forme di manipolazione, capaci di intercettare gli umori negativi e pronte a ricorrere a false notizie e distorsioni del reale per garantire l’affermazione del nuovo “potere”.

La naturale conseguenza delle potenzialità della Rete nei processi di orientamento dell’opinione pubblica contemporanea, è quella di assistere ad una sostituzione del modo tradizionale di divulgare le informazioni; così, alla comunità “disorientata” si propongono nuovi format, nuovi canali, nuovi strumenti e nuove “fonti” di produzione di notizie a cui attingere.

Interrogandosi sull’entità dei nuovi attori, si pone, però, il problema della loro effettiva credibilità; la questione che si vuole sciogliere a questo punto dello studio è cercare di individuare chi si occupa del controllo di suddetti contenuti nel Web se a venir meno è il ruolo degli agenti tradizionali dell’informazione. È stato copiosamente argomentato, infatti, come la Rete rappresenti un mondo di verità moltiplicate, polarizzate, polverizzate e, conseguentemente, difficili da controllare: nell’incrocio web-realtà, infatti, mancano i presupposti per delimitare e identificare i contenuti immessi, principi alla base del controllo e della verifica di “attendibilità”, “autorevolezza” e “affidabilità” di una fonte (Lorusso, 2018).

A questo punto del riepilogo, si richiami anche la post-verità nella sua versione di “moltiplicazione di verità”, definizione che, è bene ribadirlo, non implica necessariamente una corrispondente diffusione di bugie, ma, senza dubbio, limita la possibilità di discernere con obiettività ciò che è vero da ciò che non lo è, opacizza i fatti presenti in Rete e ostacola l’obiettivo di stabilire cosa è, effettivamente, “realtà”.

Giova ricordare, prima di sbrogliare il nodo illustrato, come il principio della “naturalizzazione della finzione” in cui convoglia la *post-truth*, sia un processo che affianca da sempre la riproduzione di fatti e il confezionamento di notizie da trasmettere all’opinione pubblica; non a caso si è parlato di “realtà inattingibile” (Nietzsche, 1873) e la necessità di un “accordo” per rendere conoscibile ciò che, di base, non può essere riprodotto. La ricerca di un “punto di incontro”, dunque, si può risolvere ricorrendo a mediazioni interpretative, condivise da soggetti sulla base di credenze e comportamenti comuni; tale funzione – un tempo impersonata dai media tradizionali in qualità di principali mediatori sociali – oggi appartiene sempre di più alle nuove tecnologie.

Prima di concludere il quadro riassuntivo, è opportuno riporta riprendere un altro concetto: i “faticci” di Bruno Latour. Citata in precedenza, la bizzarra coniazione viene lasciata in sospenso, in attesa di essere reinserita a supporto della tesi a cui si vuole approdare: la “realtà”, non potendo essere riprodotta, è il frutto di una più articolata rappresentazione della stessa. L’insolita terminologia merita, a questo punto, una spiegazione più approfondita.

Lo scopo della ricerca fin qui proposta, infatti, propende per una soluzione solida e duratura di “corrispondenza ai fatti”, a garanzia di una maggiore aderenza tra una determinata versione di “verità proposta” e l’effettiva “realtà” a cui si riferisce. L’intento, dunque, è quello di discernere le versioni plausibili da quelle

improbabili e impossibili (Lorusso, 2018) che le piattaforme social, in qualità di nuovi mediatori sociali, propongono in abbondanza.

Il velo deformante attraverso cui si osserva il mondo, per quanto possa essere assottigliato da uno sguardo obiettivo e da un approccio critico, non può essere rimosso; date queste premesse, il sociologo francese chiamato in causa, Bruno Latour, non nega l'esistenza di una realtà, ma sostiene che essa può essere riprodotta solo attraverso l'interpretazione; in altre parole, lo studioso propone una realtà che si dà sempre entro certi schemi interpretativi, modelli, lessici o convenzioni; di conseguenza, i "fatti" possono essere rappresentati come un'entità "a monte" di un protocollo sperimentale che, una volta applicato, consente loro di emergere tramite, appunto, le interpretazioni. Il problema si pone quando questa dinamica interpretativa viene trasposta nello spazio "liquido" della Rete. Il reticolo virtuale, infatti, alimenta il "libero sfogo" su un fatto e dà adito a molteplici versioni interpretative per rappresentarlo. La dibattuta democraticità della Rete, infatti, consente a tutti di opinare, analizzare, confutare idee altrui, avanzare elaborazioni personali in merito a questioni spesso lontane dall'ambito di competenza dell'utente; la questione risulta ancora più delicata se si pensa alle conseguenze di questo "libero accesso e uso dei contenuti": la "costruzione di fatti" nei social media non proviene, il più delle volte, da laboratori scientifici o da elaborazioni accademiche, quanto da sentimenti diffusi e opinioni personali. In riferimento al "culto dei fatticci" – che è anche il titolo del saggio – Latour ricorre alla fusione di un elemento oggettivo e concreto, rappresentato dal "fatto" – lo studioso lo inserisce in un contesto scientifico di laboratorio e centri di ricerca – con un costrutto sociale, diverso dal fatto scientifico e consistente in una riproduzione umana, un artificio della realtà, interpretato dal "feticcio"⁸. Per concludere, il "faticcio" può considerarsi una sorta di "evoluzione" del fatto in sé. Si parte da un oggetto "incontaminato" che si trova "a monte" e si giunge alla sua rielaborazione, un prodotto finale "a valle" di pratiche e tecniche interpretative che "formano" una determinata verità.

Le trattazioni proposte, che possono risultare tecnicismi accessori, rappresentano, in realtà, un valido strumento a supporto del focus di ricerca: munirsi di strumenti per riconoscere una fonte autorevole, che offre la versione più attendibile di un fatto, di fronte a diverse interpretazioni dello stesso.

A questo punto, irrompe un fattore a supporto dello studio fin da principio, ma rimasto finora latente: la cultura. È proprio nell'insieme di abiti, credenze, convinzioni condivise e comportamenti comuni che rinviene il primo fattore ad alterare la percezione della realtà dei fatti; prima dell'irruzione della Rete, prima del dominio televisivo, prima del primato dei giornali nella trasmissione di informazioni; in sintesi, il quadro di riferimento culturale, precede qualsiasi tipo di "intermediazione" nella ricerca della verità. La percezione di un contenuto in genere, infatti, viene alterata nel momento stesso in cui questo si immerge in una determinata comunità. Vivendo una precisa contingenza storica, la cultura di una collettività si nutre di particolari credenze e convinzioni che, inevitabilmente, alterano la visione della natura integrale di un "fatto".

Con queste premesse, risulta facilitato il compito di liberare i media (digitali e non) dal ruolo di "capro espiatorio". Nonostante l'elaborato abbia evidenziato il linguaggio intenzionalmente distorsivo e

⁸ Per approfondire il tema, si veda il saggio di Bruno Latour *"Il culto moderno dei fatticci"* trad. it. Maltemi, Roma (2005)

incomprensibile del politichese, passando poi per la “cara, buona e vecchia televisione” designandola come un nuovo apparato che ha abituato il pubblico a confondere la realtà con la finzione (Lorusso, 2018), fino a giungere alle “verità” della Rete, volutamente indicate al plurale, tante, troppe e poco affidabili, non si vuole addurre conclusioni affrettate che inquadrino questi elementi come “cause” della diffusione della post-verità. La stessa stampa, le stesse trasmissioni televisive e gli stessi paradigmi del Web, infatti, si sono dovuti in qualche modo adeguare ad un elemento imprescindibile, quello culturale, da cui dipendono i vari meccanismi manipolativi descritti in precedenza.

È chiaro, ora, come la “crisi di credibilità dell’informazione” da cui germina la *post-truth*, evidentemente, parta proprio da fratture rinvenibili nel tessuto culturale della postmodernità; Internet e i nuovi veicoli dell’informazione, al più, possono essere “colpevolizzati” di aver saputo intercettare con astuzia il mutamento in atto, riformulando e riadattando alle sue peculiarità (diffusività, visibilità e pervasività) i processi interpretativi della verità. Come è stato dimostrato, questo ha permesso alla stessa verità di evolversi, di moltiplicarsi, di andare “oltre”, fino a confluire nella sua versione di “post-verità”. In seguito, si è ipotizzato una sorta di “paradosso”, per cui la moltiplicazione della verità abbia portato ad un suo occultamento; scandagliando la congettura proposta, viene ribadito che – seppur nascosta dalle sue stesse ceneri – la verità, intesa come prototipo attendibile della realtà, può e deve essere riportata in auge.

3.2 Post verità e politica: uno strumento di potere

“La verità di fatto è sempre connessa agli altri, in quanto esiste solo nella misura in cui è testimoniata da molti ed è oggetto di discorso; è perciò, come l’opinione, “politica per natura”. I fatti informano le opinioni, e le opinioni sono legittime quando rispettano i fatti. ma proprio perché appartengono all’ambito degli affari umani, i fatti sono particolarmente vulnerabili agli assalti di potere. Quando il potere falsifica o cancella i fatti, esso dà battaglia sul proprio terreno, e le probabilità che la verità di fatto sopravviva all’assalto del potere sono veramente pochissime”.

Hanna Arendt

“Non è mai stato così facile per i politici diffondere falsità di quanto non lo sia oggi, quindi è fondamentale che i giornalisti controllino effettivamente ciò che dicono i politici”.

Bill Adair

La repentina irruzione della post-verità negli studi, nei dibattiti, nelle riflessioni e nello stesso “vivere quotidiano” del mondo contemporaneo fa pensare ad una sorta di “rassegnata convivenza” con il fenomeno. Venuto a galla solo negli ultimi anni, il ritratto tracciato finora mette in evidenza come, in realtà, l’inedita terminologia non sia altro che il convoglio di questioni antichissime: la verità, la menzogna, il pregiudizio umano; a questo punto dello studio è opportuno aggiungerne un’altra, altrettanto datata e radicata nella società tanto da essere considerata una sua componente essenziale: la politica.

L’annuncio profetico di Hanna Arendt, con cui si apre il capitolo, mette in guardia sulla sorte dei fatti quando “il potere” se ne appropria; nonostante il riferimento sia generico, è chiaro il nesso con il regime politico totalitario, bersaglio privilegiato dei saggi della filosofa tedesca; in sintesi, quindi, è l’autorità politica

il soggetto richiamato quando si parla di “assalto ai fatti”. L’approccio, in questo caso, è evidentemente nichilista – anche in ragione del contesto storico in cui si collocano le riflessioni riportate – ma, purtroppo, veritiero: la manipolazione incessante praticata dai capi politici ai vertici di regimi autoritari dalle varie sfumature, si appropria delle opinioni delle masse, dei fatti e, appunto, delle verità, rendendoli strumenti asserviti al “potere”. In realtà, seppur con forme e mezzi differenti, qualcosa di non troppo difforme a quanto illustrato accade anche oggi nelle democrazie contemporanee.

Così, mentre da un lato la post-verità si erge su fondamenti remoti, dall’altro, essa si manifesta per mezzo di presupposti più attuali che le permettono di sprigionarsi; si allude allo sviluppo delle nuove tecnologie, alla diffusione planetaria degli effetti della Rete e alle trasformazioni che questo comporta in termini di concezioni della realtà stessa (Riva, 2017).

Non a caso, si inserisce il tema della politica solo dopo aver chiarito il ruolo di tutti questi fattori – vecchi e nuovi – che confluiscono nella concezione di verità stravolgendo la sua natura.

Ora, si consideri l’attore politico, al pari del giornalista, un informatore sociale che si rivolge alla comunità riportando “fatti”, chiaramente, senza apporre il vincolo dell’imparzialità, come per la stampa, nella loro esposizione; il fine ultimo della politica, infatti, è quello di creare o mantenere consensi rivolgendosi all’elettorato, mentre la funzione sociale del giornalista si “limita” a consegnare una buona versione delle informazioni all’opinione pubblica; in entrambi i casi, tuttavia, la comunicazione assume un ruolo centrale e, al fine di costruire una strategia comunicativa confacente al proprio scopo, è essenziale apporre come perno centrale il rimando ai “fatti”.

È innegabile lo stravolgimento portato da Internet nell’ambito appena descritto: cambiano i paradigmi di comunicazione politica, si alterano i rapporti con gli elettori, si riadattano i tempi e le modalità della ormai tramontata campagna elettorale che diventa “permanente”; in altre parole, dai *social network* allo show televisivo, ogni momento e ogni spazio diventa uno strumento ottimale per “comunicare messaggi” anche non necessariamente di natura politica. Insomma, la vasta offerta di canali virtuali e piattaforme social del Web si rivela un espediente congeniale a mantenere alta la visibilità dell’uomo politico, mentre i suoi effetti di orizzontalizzazione e disintermediazione risultano un valido escamotage per ricucire lo strappo con la platea di tanti elettori che – disillusi e incapaci di sentirsi rappresentati – avevano preferito prendere le distanze dalla cerchia istituzionale.

Chiaramente, al tramonto delle ideologie novecentesche, la politica si trova comunque nella condizione di dover cambiare le proprie vesti; il potere politico, infatti, deve poter garantire la propria funzione sociale di “rappresentanza” sulla base del tessuto sociale di riferimento, specie se le relazioni tra Stato, popolo e territorio poggiano su un regime democratico. Abbattuti i totalitarismi del passato e superata la crisi che investe la classe politica agli inizi degli anni Novanta, dunque, emerge il bisogno di rinsaldare le fratture tra istituzioni e cittadini, sull’onda di un rinnovato spirito democratico.

Il quadro appena descritto appare come il presupposto per promuovere una rinnovata alleanza, in parte, anche ricostituita in modo vincente; tuttavia, è opportuno mettere in evidenza alcune implicazioni comportate

dalle stesse modalità con cui il “patto” si rigenera. È fondamentale cercare di comprendere, infatti, come la trasformazione della politica tradizionale muti profondamente anche la funzione sociale citata nel passaggio precedente: è vero che si verifica una maggior vicinanza tra politico e cittadino grazie alle nuove piattaforme, ma non sempre tale implicazione ha risvolti positivi.

Una prima considerazione riguarda l’uso dei social network; la tendenza a tramutarsi in “utenti della Rete” non investe solo il cittadino comune, anzi, nei recentissimi tempi sono proprio i politici a farne il più ampio ricorso anche per la comunicazione di pratiche ufficiose e formali. La storia passata, ma da cui sempre si trae insegnamento, aveva abituato a localizzare un certo tipo di comunicazione all’interno delle alte aule parlamentari, esposta con un preciso e rigoroso linguaggio, in tempi non sempre brevissimi, ma garantiti di accuratezza e meticolosità del lavoro politico svolto. Ora, trasponendo il tutto nella postmodernità, si associno le caratteristiche della tradizionale attività politica alle peculiarità della Rete descritte in precedenza: diffusività, rapidità e visibilità; la conclusione è quella di avere due universi agli antipodi, incompatibili l’uno con l’altro; fino a quando uno dei due poli non decide di piegarsi all’altro, infatti, si parla di totale inconciliabilità dei due stili di comunicazione proposti. A vent’anni dall’ingresso nel nuovo millennio, tuttavia, appare evidente che l’impensabile connubio si sia realizzato; “incredibile ma vero”, anzi, “l’abbassamento” del linguaggio politico alle dinamiche del Web diviene talmente comune che non risulta più nemmeno inammissibile o sconvolgente vedere quotidianamente post di politici che si cimentano con selfie, video e “barattoli di nutella”, risulta solo, irrimediabilmente, “vero”.

Nel precedente paragrafo si riporta l’esempio della “strategia trumpiana” per la conquista della scena mediatica – non a caso, l’affermato *businessman*, si dimena per undici anni come produttore e conduttore di “*The Apprentice*”, un vero e proprio show televisivo attraverso il quale il futuro presidente si è fatto conoscere e amare tra il pubblico – evidentemente, il riferimento più immediato che si tende a proporre quando ci si riferisce alla spettacolarizzazione e alla mediatizzazione della politica. In realtà, di casi esemplari ce ne sono molti altri e molto più vicini; la stessa politica italiana, da impenetrabile e ristretta arena istituzionale, si sposta su una gigantesca piattaforma, potenzialmente aperta e sotto gli occhi di tutti, a cui prende parte una sorta di “mucchio selvaggio” di presunti esperti, dubbi scienziati, sedicenti opinionisti, improbabili medici che si riscoprono “influenti” o, come si definirebbero meglio oggi, *influencer*.

Ecco come il rischio potenziale, diventa una minaccia reale: alterando lo stile di comunicazione e subendo il fascino della Rete, l’uomo politico perde di vista la funzione sociale da assicurare. Questo “via libera all’incompetenza” è il risultato del connubio tra politica, post-verità e l’epoca *social*, dove è la “teatralità” a dominare l’esposizione delle proposte politiche piuttosto che il reale contenuto; di conseguenza l’opinione pubblica si orienta verso l’uno o l’altro candidato o sostiene questa o quella posizione a seconda della “telegenicità” del mandante o della “attrattività” dell’esposizione, più che sulla base di competenza e contenuti. È importate sottolineare, dunque, come ogni qualvolta competenza e contenuti passano in secondo piano, il fenomeno psicologico della post-verità sta in qualche modo prendendo il sopravvento, mentre viene meno la verità oggettiva dei fatti (Redazione, 2018).

Risulta calzante, a tal proposito, il riferimento a *Verità e politica* di Hanna Arendt con cui è stata introdotta la tesi, in cui la politologa sostiene che “verità” e “politica” sono stati due fattori sempre discordanti nel corso della storia, ma nell’era postmoderna questa realtà è ulteriormente agevolata; anzi, oggi, più che parlare di “conflitto” – stando alle parole della studiosa tedesca – si evince quasi un’intesa tra falsità e comunicazione politica, sostenuta e mascherata dall’incontro con i canali social.

In un tempo in cui i nuovi mezzi di comunicazione aprono infinite possibilità per eludere la manipolazione dei fatti, dunque, non c’è da stupirsi se Trump, ricollegandosi al caso concreto, sia giunto alla vittoria; il prestigio di quello che oggi risulta uno dei politici più potenti al mondo, infatti, non deriva tanto dalla posizione ricoperta (il Presidente degli Stati Uniti) quanto dalla sua abilità comunicativa e persuasiva verso l’opinione pubblica globale, elementi che poco hanno a che vedere con la cultura, la competenza e le abilità politiche che tale ruolo dovrebbe prevedere. Con questo non si vuole sminuire l’azione del leader statunitense, che, comunque, mantiene le redini della Casa Bianca con vigore in attesa delle prossime presidenziali; non si vuole dare un giudizio politico, l’obiettivo è illustrare come lo strumento della politica si sia riadattato – in certi casi anche in modo “geniale” – allo scenario postmoderno. Dunque, lo “strumento” della politica si adatta ai nuovi “mezzi” e riscoprono i *social network* come divulgatori e amplificatori di messaggi, mentre le “modalità” con cui portare avanti il processo variano a seconda dell’impatto emotivo stimato sul “pubblico” di elettori.

Per concludere, la pratica politica della “finzione” e della manipolazione dei fatti viene da sempre impiegata nell’arte del governo per riscrivere la realtà, e questo è ancora più evidente nei tratti storici dominati dalla visione totalitaristica⁹; i dittatori, i monarchi assoluti, i leader più autoritari si sono da sempre impegnati per sostituire la realtà con un mondo fittizio congeniale ai loro snaturati obiettivi (McIntyre, 2019). Quello che risulta significativo per l’oggetto di interesse dell’elaborato, tuttavia, è come questa manipolazione di opinioni permanga – seppur mascherata di vesti “democratiche” – anche in sistemi politici attuali, che fanno perno proprio sulla libertà di opinione e di espressione che introducono l’elaborato. Come è possibile, dunque, che la manipolazione duramente condannata, attribuita agli Stati totalitari, permanga anche nelle democrazie contemporanee?

La risposta rimanda ad un altro fenomeno di ampio interesse per la ricerca. È nelle *fake news*, infatti, che precipita la libera possibilità di informarsi e di essere informato, un problema mai tanto evidente come oggi, grazie anche alla facilità con cui il Web consente a queste ultime di circolare. La menzogna può essere più persuasiva della verità, perché riscrive i fatti dotandoli di maggiore plausibilità, cioè adattandoli alle aspettative del pubblico (McIntyre, 2019); se poi entra in gioco anche il fattore emotivo che, come si dimostra, è difficile da isolare, allora il *navigator* diventa ancora più incline a “cadere nella trappola”. L’attenzione nel prossimo paragrafo, infatti, sarà proiettata sulle dinamiche psicologiche che un certo tipo di comunicazione politica e un’allarmante diffusione di falsità hanno scatenato tra i cittadini italiani in una fase “delicata” della propria vita, quella che li ha costretti in quarantena obbligata per i mesi di marzo e aprile scorsi. L’impatto,

⁹ Per un approfondimento sul tema si rimanda alla lettura del saggio di Hanna Arendt, *Le origini del totalitarismo*. Nonché, risulta sempre di estrema attualità la rivisitazione di Orwell, 1984.

certamente, registra riflessi globali, ma è nella politica italiana che si segnalano i più “gravi” errori di comunicazione, tra continue segnalazioni di *fake news* e un uso giudicato come non consono dei nuovi canali social da parte del team al Governo.

Tornando all’argomentazione generale, il problema risiede proprio nel fatto che i *social network* da strumento “accessorio” di mero supporto ad un certo tipo di comunicazione, quella della classe politica – specie se appartenente ai principali vertici decisionali – diventano il canale principale con cui le diverse figure istituzionali si relazionano alla comunità; questo può creare adesione, può rinvigorire la partecipazione, può ampliare la condivisione di informazioni, certo, ma, al tempo stesso, è anche la causa principale di confusione in merito ai fatti riportati e di una loro distorsione. Il dibattito, dunque, ruota attorno alle motivazioni: si vuole “umanizzare” i messaggi che vengono trasmessi e attenuare le distanze con gli elettori, o si prediligono questi luoghi “informali”, ma altrettanto diffusi e utilizzati, per aumentare la visibilità personale?

Prima di addentrarsi nel vivo della questione, si compendia quanto argomentato finora sulla complessa relazione tra verità e politica. Posto che la storia dell’umanità è ricca di falsi, bugie, distorsioni del reale e che la politica stessa ha del “falso”, bisogna giungere a riflettere sulla portata di questa capacità manipolatoria delle opinioni e degli effetti amplificati che si producono in un’era in cui i nuovi mezzi di comunicazione offrono una moltitudine di possibilità per persuadere i cittadini vulnerabili, costruire realtà fittizie, ricorrere a “storie” atte a soddisfare unicamente gli interessi di potere. In tal senso, le c.d. *fake news* contribuiscono a creare confusione, il più delle volte anche voluta al fine di aggredire una verità scomoda, che potrebbe essere d’intralcio per il mantenimento dello *status quo* ricoperto.

È stato ritenuto opportuno richiamare in causa il padre della semiotica, Umberto Eco, per dare una conclusione convincente e “sferzante” sull’argomento, che lascia il lettore meditare sulla questione della post-verità e il suo incontro con la politica, non senza provare un po’ di amaro in bocca. L’intellettuale, nel suo saggio *Dall’albero al labirinto*, riverbera sul nuovo tipo di falsificazione che attanaglia l’universo politico da quando si sono diffusi i nuovi mass media. In particolare, in merito alle notizie false oggi in “libera uscita”, Eco sentenzia che sono una trovata “di un governo, di un servizio segreto o di un gruppo industriale fatto pervenire ai giornali” per amplificare la loro diffusione tra il pubblico al fine ultimo di “creare turbamento sociale e perplessità nella pubblica opinione”; il saggista specifica poi che una *fake news*, nel mondo contemporaneo, “non ha la funzione di creare una falsa credenza, ma di smantellare fiducie assestate. Serve a destabilizzare, a rendere sospettabili i poteri o i contropoteri” a seconda di chi ne è l’artefice, chiaro, e cosa ancora più grave per l’informazione, questo meccanismo porta i cittadini a “far diffidare delle fonti e creare confusione”. A convincere su tali argomentazioni è il confronto con i tempi passati in cui – come è stato più volte specificato – l’arte del falsificare e travisare i fatti, specie in politica, è sempre esistita. Ma se, come specifica lo scrittore, nelle epoche passate si falsificava allo scopo di riconfermare la fiducia in qualcosa, prima tra tutti l’autorità politica, nel contesto attuale si falsifica a questo astruso scopo di creare sfiducia e disordine (Eco, 2007).

Quanto illustrato può non piacere, eppure è un fenomeno tacitamente accettato dalla società postmoderna perché – come profeticamente ravvisato da Hanna Arendt nel suo scritto *La menzogna in politica* – la

manipolazione di massa di fatti e opinioni sostituiscono la realtà stessa con la finzione, che spesso appare come un mondo migliore in cui rifugiarsi, specie quando la realtà è piena di insidie, incognite e fa paura. Non a caso sarà analizzato il caso del Coronavirus a tale proposito.

3.3 Postverità e populismo, una reciproca e “pericolosa” attrazione

“L’alternativa ai metodi quantitativi danneggia la democrazia perché permette a editori e demagoghi di presentare la propria verità puntando sulla sua accettazione emozionale e acritica. Occorre scegliere tra una politica basata sui fatti e una basata sulle emozioni”.

William Davies

Il titolo del paragrafo propone l’inconsueto accostamento tra due termini – populismo e post-verità – l’uno di origine antiche e l’altro di recente coniazione, ma che, incontrandosi nella postmodernità, proiettano sulla realtà odierna un risultato inedito e spinoso. Non a caso, si allude ad una sorta di “pericolo”: le fusioni anomale di ingredienti, soggetti, ideologie e opinioni (in qualsiasi ambito), possono essere, infatti, la causa di impatti fortuiti e irreversibili nella comunità se non opportunamente dosati. Non a caso, la citazione introduttiva si estrapola da un recente saggio dello scrittore inglese William Davies dal titolo “*Nervous States: Democracy and the Decline of Reason*”, una critica ai social network come “arma a disposizione di tutti” in cui si scontrano idee, opinioni, fantasie, voci e congetture, spesso, troppo diverse tra loro; l’approccio provocatorio con cui il sociologo procede la sua analisi del mondo contemporaneo, infatti, coglie lo spirito del tempo, dove numeri, indicatori e fatti reali perdono sempre più autorevolezza e “stati nervosi” di paure e incertezze si rafforzano e alimentano la tendenza dominante di lasciarsi ingannare da demagoghi che, cavalcando gli anni segnati dall’irrazionalità, ne ricavano uno strumento di potere¹⁰.

Bisognerebbe, prima di tutto, fare chiarezza sul significato di “populismo”; tuttavia, il concetto ha un’ampiezza semantica tale che non basterebbe un’analisi irrisoria o una definizione “minima” per interpretare tutte le sfumature e le declinazioni che ha assunto nel corso della storia. Dunque, sorvolando le catalogazioni che gli studiosi del tema hanno tentato di attribuire alle varie tipologie di “populismi”, basti sapere che c’è un elemento comune, una radice condivisa da cui si diramano il “populismo rivoluzionario”, il “populismo democratico”, il “nazionalpopulismo” e tutti gli altri attributi associati al fenomeno di base. Non è una definizione a racchiudere l’essenza di tale fenomeno, ma una dinamica contrappositiva che ricorre: da una parte il popolo, puro e integro, e dall’altra l’élite, corrotta e inaffidabile¹¹.

Ergendosi su questo motore ideologico di base, giunta nell’era postmoderna, anche l’antica tradizione populista si rinnova, tanto che oggi si sente sempre più spesso parlare di neopopulismi o nazionalpopulismi

¹⁰ Si rimanda al saggio dell’economista, scrittore, politologo e sociologo inglese William Davies nella sua versione originale William Davies, “*Nervous States: Democracy and the Decline of Reason*” (2019), e alla sua trad.it (Maria Grazia Perugini) “*Stati nervosi: come l’emotività ha conquistato il mondo*”, Einaudi, Torino, 2019.

¹¹ Per un approfondimento completo e sintetico sul tema, si rimanda a all’opera di Cas Mudde, *Populism: A very Short Introduction* (New York, Oxford University Press, 2017)

postmodern al potere. Come spiega il politologo Massimiliano Panarari, infatti, i neologismi proposti descrivono un contesto in cui il populismo si ritrova “costretto” a convivere all’interno delle liberal-democrazie rappresentative, dando comunque prova di estrema adattabilità e flessibilità agli schemi della postmodernità (Panarari, 2019).

Dopo aver sommariamente descritto l’antico e quanto mai attuale fenomeno, si noti come molti individuino proprio nella post-verità il “catalizzatore” del processo di adattamento e affermazione del “post-populismo”. Viene da chiedersi, a questo punto, come “argomentazioni che tendono ad influenzare l’opinione pubblica facendo leva sul fattore emotivo” – riagganciandosi alla definizione di post-verità – possa conciliarsi con questo mare di concetti – quali governo del popolo, democrazia diretta, sovranismo, scontro con l’establishment – contenuti dall’ideologia populista, tanto da penetrarla, rinnovarla e trascinarla nel mondo contemporaneo. Il populismo tradizionale, infatti, incontra la post-verità e ne intuisce le potenzialità manipolative; non a caso, lo scopo comune dei vari populismi è proprio quello di “accattivarsi” il favore della gente comune – secondo quanto riporta il dizionario Garzanti – e, calcando sulla sfera emotiva degli elettori, presentare i “fatti” nel modo più favorevole alla propria parte, anche con evidenti distorsioni e forzature se si ritiene necessario. Nella correlazione proposta, infatti, i populismi mantengono gli stessi capisaldi, ma cambiano i modi di manifestarsi marcando proprio l’approccio post veritiero ai fatti.

Chiarito il contesto, l’attenzione deve ripiegare su un concetto tanto caro ai populistici di allora, ma pienamente realizzato nell’era della digitalizzazione: la democrazia diretta. L’elaborato ha offerto una vasta illustrazione di come Internet abbia permesso di scavalcare i canali tradizionali di comunicazione, bypassando le rigide gerarchie e costruendo, almeno virtualmente, una completa disintermediazione tra gli utenti, che siano essi capi politici o comuni cittadini. Semplificando – forse rischiando anche di “banalizzarlo” un fattore così denso, che da Rousseau ha infervorato studi di teorici, letterati, politici e filosofi fino ad oggi – si può quasi azzardare una “versione *digital*” di democrazia diretta. Sicuramente, la versione promossa da Grillo e Casaleggio non rispecchia quella che immagina il rivoluzionario filosofo francese, ma oggi le nuove piattaforme offrono gli strumenti per “mettere a nudo” le opinioni del pubblico elettore e permettere a queste di interferire sui processi decisionali alterando le gerarchie di potere; quantomeno, si mantiene l’essenza del “direttismo democratico”, per quanto, poi, si possa discutere sugli effettivi riscontri politici e sociali che ne derivano.

Negli ultimi anni emergono diversi casi di votazioni on line, referendum in Rete, sondaggi e quant’altro, tutto esclusivamente e semplicemente accedendo ad una piattaforma. Non a caso, il Movimento 5 Stelle ai suoi esordi, sceglie il nome “Rousseau” per lanciare la proposta di partecipazione digitale ai cittadini-elettori, il primo caso concreto in Italia di orizzontalizzazione dei rapporti tra establishment e comunità. Su questo tema, Alessandro Dal Lago concentra le sue riflessioni, senza risparmiarsi sulle criticità che comporta. Innanzitutto, il partito di Grillo e Casaleggio propone un mezzo che è appannaggio di un numero limitato di utenti (solo quelli iscritti alla piattaforma); questa “debolezza” non solo finisce per rendere la decantata “democrazia diretta” un privilegio per pochi utenti – e dunque, una parte di “*demos*” tagliata fuori – ma porterebbe al paradosso di rafforzare il peso decisionale delle élite che, al contrario, si tentava di abbattere. Tuttavia, la

rapida innovazione che investe costantemente il mondo virtuale, consente a nuove modalità di partecipazione online di proliferare; nei recentissimi sviluppi, infatti, è sempre più usuale il ricorso anche a piattaforme più “informali” – quali Facebook e Twitter – per esprimersi e far in modo di essere ascoltati, non solo da parte dei cittadini, ma anche e soprattutto per conto della classe politica. Insomma, è l’adozione della Rete come nuova dimensione sociale a caratterizzare oggi il “populismo digitale” (Dal Lago, 2017).

A pronunciarsi sulla questione è anche l’autore Mauro Barberis – docente di Filosofia e diritto presso l’Università di Trieste – che non nasconde scetticismi e criticità verso il “populismo della rete” (Barberis, 2020). Già del titolo del suo saggio, *Come internet sta uccidendo la democrazia*, si intuisce l’impossibilità teorizzata dal professore di sovrapporre la questione della “disintermediazione” a quella della “democrazia”. In altre parole, Internet rappresenterebbe la spinta inedita e propulsiva per la realizzazione dello stile politico populista, ma non per rafforzare allo stesso modo la democrazia. Le conclusioni vengono tratte osservando i casi più recenti, come quello della vittoria di Donald Trump, dove le ICT (Information e Communications Technology) rivestono un ruolo fondamentale. Tuttavia, quello che si vuole evidenziare – e in questo le argomentazioni di Barberis risultano azzeccate – è come le piattaforme consentano un accesso generalizzato e indifferenziato, raccogliendo e amplificando le reazioni emotive che vi imperversano; ancora una volta, la leva emotiva ritorna centrale nell’analisi: tramite i social, infatti, si ha l’illusione di avere un contatto diretto con i leader politici, si ha l’impressione di essere realmente ascoltati e questo fa concludere che “il peso” delle opinioni espresse dal cittadino comune continuo davvero. Così, Internet incentiva reazioni “di pancia”, producendo una falsa disintermediazione e il rapporto diretto politico-popolo rimane solo un’illusione populista (Giacomini, 2019). Questo perché, in realtà, tra il leader e il cittadino c’è un gap invalicabile, colmato da figure professionali che supportano l’attività politica – quali spin doctor e staff di comunicazione – che non indugiano nel ricorso a algoritmi automatici per rilevare lo stato emotivo degli elettori e manipolarli. Si ripresenta, a tal proposito, il concetto di *filter bubble* ampiamente dibattuto; in questo snodo argomentativo torna ad essere centrale il ruolo della profilazione, della personalizzazione e della comunicazione potenziata delle nuove tecnologie; facendo confluire tutti questi aspetti nel vortice del populismo virtuale si conclude con chiarezza come la celebrata sfera pubblica habermasiana sia definitivamente sotto attacco.

L’asserzione apparentemente fatalistica appare, al contrario, ben ponderata se si riflette sul trasferimento dei movimenti tradizionali sociali della vita pubblica reale in una dimensione virtualizzata. In un passato non troppo recondito, infatti, manifestazioni di protesta, moti insurrezionali, scioperi collettivi hanno infervorato una comunità di individui in “carne ed ossa” (Dal Lago, 2017) e, si potrebbe aggiungere, con animate passioni, nette opinioni, nutrite ideologie politiche, forti credenze per cui ognuno si differenzia dall’altro all’interno di una stessa collettività. Habermas, nelle sue formulazioni, immagina questo quadro: tanti soggetti quante sono le idee che rappresentano, poste al centro della comunità e disposte in modo tale da confrontarsi l’una con l’altra; il confronto, per il filosofo tedesco, non è sinonimo di scontro; piuttosto è proprio nella condivisione che si realizza “l’incontro”, anche se la storia testimonia come a tale risultato si giunga troppo spesso passando per violenze e spargimenti di sangue. In altre parole, l’aggregazione e la ponderazione di preferenze diverse,

che dovrebbe essere il motore dell'attività politica tradizionale, si fonda proprio su questo. Cosa succede quando i movimenti tradizionali illustrati incontrano lo spazio di Internet? Avviene un passaggio di "ruoli", o meglio, affianco alla denominazione di "cittadino" se ne aggiunge un'altra, quella di "utente". Così, mentre i cittadini si differenziano per ideologie e opinioni, gli utenti tendono a diventare simili e omogenei a prescindere dalle differenze ideologiche, geografiche e di genere. La "trasformazione" ha degli effetti senza dubbio paradossali, ma è l'inevitabile conseguenza a cui si giunge sostituendo l'esperienza diretta con un mero scambio di informazioni, pareri e contenuti mediato dallo schermo del computer (Del Lago, 2017). È così che lo studioso descrive l'invasione della sfera pubblica tradizionale da parte della digitalizzazione: non si è più individui in "carne ed ossa", piuttosto si appare "icone si se stessi; chiaramente, si può discutere sul fatto che la mediazione informatica abbia risparmiato molte violenze fisiche, tenendo pur sempre in considerazione la loro declinazione in *hate speech*; è vero che si risparmia in spargimenti di sangue, ma gli effetti di un discorso d'odio o di un altro tipo di violenza "verbale" possono essere altrettanto nefasti.

Insomma, ci sono pro e ci sono contro nella prevaricazione della relazione virtuale rispetto a quella reale; ma non è solo nella sfera pubblica che bisogna proiettare l'analisi. Come ribadisce Dal Lago, è la stessa sfera politica ad essere assorbita all'interno del turbine digitale e i suoi rappresentanti – consci che cittadini-utenti tenderanno a provare le stesse paure, a manifestare le stesse ossessioni, a essere sensibili agli stessi messaggi politici anche nelle loro estensioni digitali – impiantano un certo tipo di comunicazione approfittando delle vulnerabilità di individui sempre più "ammansiti" dalla Rete.

Giunti a questo punto dell'analisi, si reinserisce anche il *fil rouge* dell'elaborato, la post-verità. Definito il contesto e i fattori intervenienti, infatti, risulta più chiara la connessione con il populismo – in particolare nella sua versione "neo" – ed emerge la reciproca attrazione mossa da un comune interesse, quello di far leva sulle passioni e sulle emozioni dell'essere umano. In particolare, la "pericolosa" congiunzione si appropria delle forme di comunicazione strategica e manipolatoria che hanno trovato nella postmodernità un punto di approdo.

Non è vano ripetere, a tal proposito, che le strategie di distorsione del reale prescindono e precedono di millenni la diffusione di Internet, che rappresenta, al più, un mero supporto, veicolo e amplificatore della falsificazione in atto. Insomma, le funzioni che un tempo erano riservate alla propaganda.

Ai fini dello studio è influente dare una definizione di attività propagandistica, dalle cui ceneri nasce la post-verità del mondo attuale. Non è facile perimetrare la secolare evoluzione di attività volte a accrescere il consenso; a tale scopo, si parta pure da Pericle, che ricorrendo al denaro pubblico valorizzava le bellezze di Atene e finanziava spettacoli guadagnando consensi; si passi per Cesare e Napoleone, maestri nel creare adesione attorno alle loro figure; e, infine, si giunga ai totalitarismi del Novecento che hanno reso la propaganda una macchina del consenso basata su censura e controllo dell'informazione. Il percorso è ampio e tortuoso, ma al di là delle varie sfumature che si colgono a seconda del periodo storico e del tipo di capo politico che ne fa ricorso, ci sono elementi fissi e ricorrenti che consentono di ricavare una definizione generale: "La propaganda è una forma di comunicazione di tipo direttivo e trasmissivo, deliberatamente progettata da un soggetto o un gruppo per influenzare attitudini, sistemi valoriali e comportamenti di altri soggetti o gruppi sociali"

(Sorice, 2011). Ci si chiede, a rigor di logica, come questa impostazione di comunicazione tendenzialmente unidirezionale possa essere paragonata con la “multidirezionalità” e l’orizzontalità della Rete. La risposta, infatti, non viene dalla “forma”, quanto piuttosto dagli “intenti”.

Secondo Darren Lilleker (2006) emergono delle regole fisse nella logica propagandistica, riassumibili come segue: la propaganda cerca di portare l’interlocutore dentro e oltre il fatto che viene presentato, causando un conflitto interiore su temi specifici e rinforzando i propri pregiudizi; in secondo luogo, proietta una possibilità di cambiamento che anima il destinatario a reagire per superare la negatività del passato; altro elemento essenziale, dà l’impressione di fornire sempre una verità oggettiva, l’unica che il soggetto può accettare; di conseguenza, il pubblico di riferimento è considerato un soggetto assolutamente passivo e basta far leva su elementi simbolici ed emotivi condivisi dal gruppo sociale di riferimento per ottenere il consenso auspicato (Sorice, 2011). La descrizione offerta, propone infinite affinità con entrambe le facce della medaglia. Da una parte, un punto fermo del populismo proviene proprio dall’idea che l’élite controlli l’informazione per mantenere il popolo nell’ignoranza e dominarlo meglio (Carioli, 2019). Dall’altra, trasponendo questo concetto alla postmodernità, il neopopulista si dichiara palesemente contro i mezzi tradizionali dell’informazione che – come, ad esempio, ha più volte “cinguettato” Trump – raccontano solo falsità; ecco un altro punto critico per l’informazione postmoderna: si diffida dalle testate autorevoli che propongono notizie basate sulla verifica di dati, confronto tra le fonti e, quanto più possibile, adesione imparziale alla realtà dei fatti, ma si tende a credere sempre più alle “pseudo-notizie” proposte dai nuovi leader “populisti”. Per fare chiarezza, si può definire una pseudo-notizia come un costrutto, un artificio, un artefatto creato appositamente per confermare pregiudizi, rafforzare le paure e alimentare i preconcetti della comunità sociale (Carioli, 2019); la pseudo-notizia – che sia un’immagine, un video o un testo – si rafforza o si indebolisce a seconda del contesto in cui si trova. Questo scenario è il mondo parallelo della post-verità che si erge proprio su queste basi: diffondere messaggi a un certo tipo di destinatari, piuttosto che accettarsi che il messaggio sia giusto, oltre a affermare, diffondere e, si potrebbe concludere, “propagandare verità”, piuttosto che dimostrare la loro effettiva credibilità.

Sempre appellandosi al fenomeno trumpiano, infatti, Salomon vi ricama il concetto di “iperbole reale” (Salomon, 2016) per descrivere l’innocente esagerazione a cui il dibattuto personaggio politico fa ricorso per garantirsi, prima, una promozione efficace di campagna elettorale in qualità di “candidato”, poi, una garanzia di mantenimento di consenso e sostegno in qualità di “presidente eletto”. In pratica, si parla di quella esasperazione deformante del reale che descrive la politica della post-verità; un “luogo”, quello della sfera politica, dove non si ritiene più necessario curarsi della distinzione tra vero e falso, tra realtà e finzione. Donald Trump – che non è l’unico caso esemplare, ma è senza dubbio il più popolare – si fa scherno della funzione assunta dai social network: si assiste ad una strategia di propagazione di contenuti “virale”, ma che a differenza di un virus – il quale mantiene immutata la sua struttura – si modifica e si adatta in un contesto in cui è evidente la crisi dei media tradizionali dell’informazione; così, il presidente americano riesce a diventare “un’icona”. Più volte, infatti, la figura del *first man* d’America è stata ridicolizzata, sminuita, derisa; Trump è diventato il *meme* di una rana, il fotomontaggio con la sua faccia sul corpo di Rocky Balboa, e, paradossalmente, il più

delle volte è stato lo stesso presidente a promuovere, condividere e, di conseguenza, rendere “virali” questi contenuti.

L'ex imprenditore è solo l'esempio più noto di come stanno cambiando le strategie di comunicazione, sempre più improntate a logiche di post-verità. In particolare, chi si occupa di comunicazione politica nell'era postmoderna, non può prescindere dalle logiche strutturali di funzionamento degli algoritmi della Rete, fermo restando che l'interlocutore finale rimane sempre la comunità ampia e diversificata descritta da Dal Lago.

È per questo che, parlando di post-verità, si oltrepassa la distinzione tra vero e falso; sarà la leva emotiva fortemente sollecitata di ciascun cittadino-elettore-utente a trarre le proprie conclusioni.

Alla luce dell'indiscutibile successo mediatico di Donald Trump, si giunge ad un'ultima considerazione in merito al tema del neopopulismo virtuale. Si noti, infatti, come la manifestazione sempre più diffusa di tali logiche, interessi soprattutto i leader di “destra”. È vero, da un lato, che la sinistra guarda da sempre con diffidenza la globalizzazione in atto, e, di conseguenza, mal si rapporta con gli strumenti offerti dal processo; dall'altro, bisogna riconoscere l'esistenza di un tratto distintivo del tradizionale “leader di destra” da sempre individuato nell'approccio “carismatico” con il popolo. Il carisma del leader populista scorge nella disintermediazione delle piattaforme digitali la possibilità di attuare una relazione, almeno apparentemente, diretta con i propri “seguaci”, prescindendo dal supporto dei partiti strutturati e dalle invalicabili gerarchie, tanto cari al vecchio “establishment” (non a caso principale nemico del populismo di qualsiasi colore). Lo scrittore Dal Lago, più volte richiamato in questa analisi, parla di una sorta di “carisma digitale” che permette al populismo di nuova generazione di dilagare e affermarsi come fenomeno ineluttabili della postmodernità.

Evidentemente, Internet permette la creazione spazi chiusi – le *filter bubble* – che meglio si prestano a complottismi e menzogne, ma con questo non bisogna concludere che falsità e post-verità siano sinonimi; così come verità non è sinonimo di *fake news*, né tantomeno può ritenersi la causa del nuovo populismo appena trattato. Certamente, il neologismo si “sposa” con tutti gli elementi menzionati in precedenza, facendo leva sulle emozioni e cavalcando l'onda sovraeccitata di risentimento sociale.

3.4 Case study. L'OMS dichiara il Covid-19 pandemia internazionale: come contrastare la diffusione di allarmismi e fake news? La buona informazione come antidoto

“... per questo la democrazia serve ancora, e più che mai, un'informazione libera e non corrotta. Come servono cittadini e cittadine informati, attivi, consapevoli dei propri diritti, desiderosi di disvelare e combattere le finzioni del potere”.

Giorgia Serughetti

Si introduce, ora, un segmento più analitico dell'elaborato; la potente citazione iniziale richiama all'attenzione la funzione sociale di una buona informazione da cui, cittadini e cittadini, non possono prescindere per inebriare il germe della post-verità. Anche se si tratta con un'altra tipologia di microrganismi, è proprio

sull'onda dei flussi informativi diretti all'opinione pubblica sul caso "Covid-19" che procede questa fase dell'analisi, passando prima per una sintesi del quadro tracciato finora.

Partendo dalla crisi di credibilità dell'informazione nell'era postmoderna, dopo aver brevemente ripercorso le fratture storiche determinanti, si è dato ampio spazio alla definizione di elementi contingenti – *storytelling*, *fake news*, *filter bubble*, neopopulismi, ecc. – che incidono sulla perdita di autorevolezza delle fonti informative tradizionali; si sono offerti spunti di riflessione riguardo le logiche di funzionamento di suddetti fattori, i quali alimentano il discredito e la diffidenza attorno alle vecchie agenzie informative; infine, è stato designato l'ineluttabile approdo a "canali alternativi" creati dalla Rete come mezzo di diffusione e divulgazione di notizie, fatti e verità.

Parallelamente, è stato proposto il concetto di "post-verità" come perno centrale di "demolizione" e "ricostruzione" di una realtà nuova, alternativa e più confacente ai tratti distintivi della comunità del Web 2.0. Con quanto argomentato, dunque, una prima conclusione è che la "buona e vecchia" informazione sia stata ridotta ad un cumulo di macerie, di cui qualche frammento è ancora rinvenibile nel gigantesco e dinamico spazio virtuale. Insomma, sommerso dalla "cascata" di contenuti immessi e diffusi in Rete e ammantato dall'irrefrenabile flusso di "notizie" virtuali, qualcosa di "vero" e "attendibile" si potrebbe ancora scovare, ma il compito diventa sempre più arduo dal momento in cui gli stessi professionisti del settore tendono a mostrare scarso interesse nella difesa della propria funzione sociale. Così, l'essenza stessa del "buon cittadino" viene meno se l'atto di informarsi, oggi, viene considerato qualcosa di marginale e superfluo.

La tendenza all'auto-informazione, avallata dal clima di sfiducia generalizzato annunciato, dunque, genera "utenti" associabili a "*salfe-made journalist*" inclini a procurarsi autonomamente il necessario per "conoscere"; di conseguenza, non è così assurdo registrare la diffusa mancanza di esigenza nel ricorrere ai "bypassati" *watchdog* dell'informazione per discernere il mondo reale da quello fittizio; in altre parole, l'opinione pubblica in genere si chiede quanto sia ancora necessario leggere un giornale o ascoltare un notiziario dal momento in cui la Rete mette a disposizione una varietà di strumenti "fai da te" e "pronti all'uso".

Incalzando la questione, gli stessi giornalisti – non tutti, è bene ribadirlo – si stanno inceppando in questo groviglio virtuale, adagiandosi e piegandosi ai nuovi sedicenti "informatori sociali". D'altronde, come è stato descritto in precedenza, nella postmodernità la "viralità" di un contenuto supera la sua stessa "credibilità", a scapito di un'informazione attendibile e di qualità.

Questo breve quadro riassuntivo permette di agganciarsi ad una questione dirimente, il nodo che l'elaborato intende sciogliere: cosa succede quando la realtà – che tutti oggi pretendono di conoscere e giudicare – entra in una fase nuova, impreveduta e, in quanto tale, inconoscibile? Come si dovrebbero approcciare gli agenti che hanno il compito di "interpretarla" e riportarla all'opinione pubblica in una versione comprensibile e chiara?

Il problema presentato risulta di estrema attualità, poiché è proprio nelle fasi di criticità che si avverte il bisogno di certezze e verità che solo fonti autorevoli e certificate possono infondere.

È questo il sentimento generalizzato che il desolante scenario del Coronavirus fa emergere; il caso, dunque, verrà scandagliato nelle tappe successive per approdare ad un esito di speranza: l'informazione, quella

credibile, attendibile e autorevole, è ancora strettamente necessaria. L'argomento, sarà cercare di comprendere proprio come dover riemergere dalle proprie ceneri. Il termine imperativo che allude alla "doverosità" non è casuale: c'è, infatti, una missione imprescindibile che spetta ai giornalisti di professione da mettere in salvo.

Oltre alla sfera mediatica, la crisi pandemica ha fatto emergere anche lo "scompenso" della classe politica di fronte alla difficile gestione dell'evoluzione del virus. La circostanza imprevista, invero, necessita di altrettanta tempestività di riposta; così, si rileva come l'apparato istituzionale abbia preferito ricorrere alla "rapidità", "diffusività" e "visibilità" delle piattaforme social – se non che le caratteristiche principali della Rete descritte in precedenza – per comunicare messaggi i quali avrebbero dovuto prediligere, piuttosto, canali istituzionali. Una prima tesi azzarda che le motivazioni di queste scelte possono essere paragonate all'inevitabile opzione del "decreto emergenziale" come strumento di azione da parte del Governo Conte: la gravità e l'estensione dell'emergenza non può attendere i tempi della burocrazia parlamentare – direbbe qualcuno – così come il rapporto di informazioni e aggiornamenti sul caso rivolti ai cittadini devono essere costanti, immediati e a portata di tutti. Tuttavia, la conseguenza di questa "accelerazione" nei tempi allo scopo di far fronte all'epidemia, da una parte, trascura il ruolo delle Aule parlamentari che – in uno Stato si descrive come "democratico" – non può essere secondario; dall'altra, scatena flussi informativi, sì, con una certa rapidità, ma anche con una evidente leggerezza che va a colpire direttamente il fragile stato emotivo in cui vessa l'intera società. Si ricordi, a tal proposito, come l'analisi sia partita e si sia sviluppata proprio monitorando i "rapporti di forza" tra le tre principali sfere sociali (quella politica, quella mediatica e quella pubblica), evidenziando il loro mutamento nel tempo. Oggi, difatti, di fronte al pericolo sanitario che ha sfidato l'intero globo, sfera pubblica, sfera politica e sfera mediatica si ritrovano in "rotta di collisione".

È opportuno, dunque, soppesare le diverse opinioni che circolano dall'inizio dell'esplosione della crisi in Italia, cercando di dare una valutazione accurata di quella che è stata la trasmissione delle informazioni nei giorni dell'auge. Si terrà in considerazione il *modus operandi* adottato dalle istituzioni e dal mondo scientifico, volgendo contemporaneamente lo sguardo a quella che è stata l'impostazione mediatica della gestione del flusso comunicativo e informativo; inevitabile, infine, considerare l'impatto di determinate scelte sull'immaginario collettivo.

"Il virus è una *fake news*" sostiene il giornalista Vittorio Macioce nel suo commento su "Il Giornale" pubblicato durante il periodo della quarantena obbligatoria. Partendo da questa pungente asserzione, è lecito chiedersi come il Coronavirus – temuto, subito e percepito concretamente sulla pelle degli italiani – possa essere paragonato ad una "falsità" nel senso in cui è stata intesa finora: una distorsione della realtà. La conclusione di Macioce, in realtà, non vuole sostenere che il disagio vissuto sia una sorta di illusione, di complotto o una "messinscena", piuttosto segnala un effetto collaterale dai presagi devastanti: il virus si comporta come uno "spacciatore di notizie false" (Macioce, 2020). Sono innumerevoli, infatti, le menzogne messe in circolazione sull'argomento che il Web accoglie e diffonde, noncurante degli effetti psicologici riscontrati su un'opinione pubblica già altamente destabilizzata dalla paura e dall'ignoto. La sfera della cittadinanza, soprattutto nella

fase iniziale, entra in uno stato confusionale, così come and andare in tilt è l'intero apparato informativo, non sempre in grado di discernere il vero dal falso, l'esperto dal falsario, il dato accertato dalla bufala.

Così, nello stesso modo con cui l'inatteso ospite si trasferisce da un corpo all'altro, si propaga e dà il via al contagio, le *fake news* si avvalgono della medesima dinamica: “la beffa è che l'origine di questa pandemia sembra incarnare lo spirito di questo tempo. La forza del virus è la cattiva informazione”, conclude Macioce nel suo intervento (Macioce, 2020).

D'altronde, a questo punto della trattazione, risulta chiaro come la post-verità si nutra proprio della confusione che attanaglia l'informazione, aspetto paradossale se si considera lo scopo che apparati informativi devono portare a termine: fare ordine. Il quadro pessimista trova conferma proprio nel periodo del Covid-19: da un lato, l'altalena emotiva del pubblico disorientato, senza più punti di riferimento sicuri, immerso nella giungla virtuale dove è difficile, se non impossibile, attestare la fonte di un contenuto in circolo, e dunque verificare la sua esattezza; dall'altro, la sottovalutazione del ruolo della “competenza” che mai come nella post-modernità è venuta meno. È nutrendosi di queste condizioni, infatti, che il pregiudizio cognitivo – concetto spiegato nei paragrafi precedenti – ha spinto l'opinione pubblica verso l'estrema banalizzazione della “verità”. Negli sviluppi recenti – prima ancora della manifestazione della pandemia – si registra un drastico affidamento a “fatti” non verificati, ma altamente condivisi, diffusi a suon di “retweet”, “like” e “commenti” che aumentano loro “viralità”. Ironia del destino, un contenuto definito “virale” arriva a scontrarsi con l'esigenza di un contenuto “veritiero” proprio giungendo alla fase di emergenza Coronavirus.

“Solo ora chiedete le competenze e pretendete che siano valorizzati medici, infermieri, virologi e scienziati [...] come osate, oggi, chiedere che sia valorizzata la competenza?”; è la drastica ammonizione di un altro giornalista, Franco Battaglia, che rimprovera il dilettantismo, la trascuratezza e la superficialità con cui vengono trattati tematiche importanti – quali l'ambiente, la politica, la scienza – nell'era post-moderna. Ancora, “La pandemia passerà, l'infodemia resta”; titola Stefano Baldolini il suo intervento sulla pagina di dell'Huffingtonpost, datato 5 febbraio 2020. Si inserisce nell'elaborato, dunque, un ulteriore neologismo che la Trecani aggiunge al dizionario proprio agli inizi di febbraio, quando ancora nessuno si sarebbe aspettato una tale evoluzione della vicenda. La crasi tra “epidemia” e “informazione” evoca un'immagine attuale e, come si vedrà in seguito, premonitrice per il futuro: si assiste ad una “epidemia di *fake news*” distintiva della fase “*digital*” della storia delle notizie, che, inevitabilmente, andrà a impattare sulla crisi, non solo sanitaria.

Il caso in esame, dunque, parte dall'epidemia sanitaria, ma analizza la destabilizzazione subita anche nel mondo politico, mediatico e pubblico, partendo proprio dalla propagazione di “voci” – di istituzioni, giornalisti e cittadini – che causano un eccesso di comunicazione e provocano panico, assimilabile, appunto, ad una “epidemia informativa”.

Se, da un lato, non è possibile prevedere l'andamento di diffusione delle particelle virali, così come è risultato infattibile armarsi tempestivamente di ipotetiche cure e vaccini, dall'altro, risulta inesorabilmente accertato pronosticare l'incapacità dell'apparato informativo nella gestione di un certo tipo di comunicazione.

È bene ricordare, infatti, la “caduta” dei media dal piedistallo in cui per anni la collettività li ha collocati, sormontati e sostituiti dalla dimensione virtuale dello scambio e condivisione di fatti, notizie e informazioni. Giunti in un’era in cui attingere da fonti autorevoli è considerato un gesto in disuso e obsoleto, è inevitabile premonire che le ripercussioni dell’incontrollato flusso del Web, considerando anche la sensibilità del tema della pandemia, avrebbero avuto effetti devastanti. Dunque, da una parte, tra la popolazione si produce angoscia, preoccupazione e eccessiva attenzione all’argomento, oltre e ad una moltitudine di problemi pratici causati dallo stravolgimento della quotidianità; dall’altra, si segnala un pericoloso corto circuito nel delicato settore della comunicazione delle emergenze (Baldolini, 2020).

Dopo aver aperto uno spiraglio sugli umori diffusi, in cui prevalgono scetticismi, critiche e pessimismo verso il futuro, è lecito interrogarsi sul come dovrebbe reagire la stampa di fronte ad una simile emergenza. A tale scopo, l’analisi si affianca a quelli che sono stati gli sviluppi concreti nella gestione della comunicazione ai tempi del Covid-19.

Innanzitutto, deve essere definita la tipologia di crisi da fronteggiare; come intuisce Gianluca Comin, è di scossone “globale” che bisogna parlare. L’implicazione di tale caratterizzazione prevede, innanzitutto, l’estrema difficoltà di localizzare il nodo del problema che colpisce indifferentemente e casualmente tutte le persone, le comunità e le nazioni. Si tratta, inoltre, di un evento “in divenire”, altra peculiarità che allude alla continuità nel tempo e alla necessità di monitoraggio e aggiornamenti costanti sul caso. Delineate, in via generale, le caratteristiche dell’episodio pandemico, si rifletta ora su quale dovrebbe essere il tipo di comunicazione da mettere in atto affinché venga percepita in modo corretto la sua entità.

Il noto fondatore della Comin&Partners spiega come tutto questo esiga “una comunicazione dinamica, più complicata rispetto ad una comunicazione che si direbbe puntuale”. Tale descrizione rimanda proprio alle più volte richiamate caratteristiche della Rete, che hanno fatto della “dinamicità” il proprio cavallo di battaglia; insomma, si potrebbe concludere che piattaforme “diffusive” e altamente “visibili” siano lo strumento ideale a cui far ricorso per un certo approccio comunicativo. In realtà, l’argomento suppone ulteriori precisazioni. È vero, da un lato, che la “rapidità” di contagio mostrata dal virus prevede un tipo di informazione altrettanto “breaking”. Lo stesso Comin, infatti, rimarca l’esistenza di due pilastri – quello della trasparenza e quello della tempestività – che assorbono il bisogno dei cittadini di essere aggiornati “costantemente e correttamente”; così, se nella “costanza” e nella “tempestività” il motore virtuale non ha rivali, è nella “trasparenza” e nella “correttezza” che tale marchingegno si inceppa. Consci di tali premesse, ritorna in scena il groviglio di *fake news* immesse nel reticolo virtuale, sempre più difficile da individuare, specie quando l’utente consulta i social con uno stato motivo alterato. È qui che si introduce l’altro lato della medaglia, quello dell’informazione autorevole dei media tradizionali, che propone una comunità di persone credibili, esperti, professori e giornalisti di fama facilmente identificabili e utili a rendere il messaggio affidabile – perché, difatti, è proprio un ancoraggio sicuro ciò che cerca l’opinione pubblica in una fase di crisi e confusione.

Tuttavia, è da ribadire l’obiettivo a cui si tende; nell’era postmoderna è pressoché impossibile prescindere dal ruolo assunto dalle piattaforme social e da un certo tipo di “fare comunicazione” – che in alcuni casi si

dimostra anche utile e maggiormente efficiente – quindi, auspicare uno “scontro” tra reale e virtuale non è sperabile, tantomeno conveniente. Per proporre una via uscita al vicolo cieco in cui si è giunti ritorna sul punto lo stesso Gianluca Comin, il quale tratteggia una sorta di “equilibrio” tra “comunicazione sociale e digitale” e “comunicazione offline e televisiva”.

Avendo preso in considerazione diversi punti di vista, nonostante da parte di alcuni si sollevi un eccessivo spirito di condanna, è da segnalare la positiva “riscossa” della classe dei giornalisti. Negli sviluppi posteriori della pandemia, infatti, iniziano a circolare spot in tutte le reti televisive che declamano: “le notizie sono una cosa seria”; infondo, non è mai troppo tardi per ricordarlo. Insomma, proprio in un contesto in cui la post-verità sembra prendere il sopravvento sulla competenza e l’affidabilità delle fonti, si riscopre il valore delle notizie “vere” e “verificate”. La buona informazione è, infatti, il primo antidoto; purtroppo, lo si comprende solo in un momento estremo.

Consci di doversi riappropriare della propria funzione sociale di *watchdog* dell’informazione, dunque, i giornalisti rispondono all’emergenza – non quella sanitaria per cui c’è una schiera di medici e infermieri validi e competenti – ma quella dell’allarmante diffusione di *fake news*, armandosi e riappropriandosi della scena mediatica. L’obiettivo, probabilmente anche raggiunto, è quello di impedire ai cittadini di affidarsi alle analisi, ai commenti, ai dati e ai pronostici pubblicati nei canali informali dei *social network* e indirizzarli, piuttosto, verso notiziari, testate giornalistiche, ricorrendo alla Rete solo per consultare siti istituzionali.

Un altro professionista del settore, Francesco Maria Del Vigo, descrive lo spirito del tempo riferendosi al “culto dell’ignoranza”, ossia l’idea che non servano gli intermediari e gli esperti e che, tutto sommato, l’informazione possa essere “fai da te” o ci si possa affidare a qualche link sconosciuto gettato da qualcuno nel mare dei social (Del Vigo, 2020). Eppure, non è un caso che fin dall’inizio della lunga “scia” di decreti che si sono susseguiti, un punto centrale è stato chiarito: le edicole rientrano in quella categoria di attività a rimanere con le saracinesche alzate durante la quarantena. Insomma, l’informazione è equiparata dal Governo stesso a un “bene essenziale”, al pari del cibo e dei medicinali. Sicuramente, è con una nota di amaro che si giunge al tanto atteso punto di svolta: quello in cui l’informazione dimostra di non dover e di non poter soccombere, augurandosi che il rilievo affidato ai giornalisti di professione nella fase critica dell’epidemia si mantenga nel tempo. Tuttavia, è stata rinnovata la consapevolezza presso l’opinione pubblica di considerare un quotidiano o un telegiornale una protezione contro la paura, una “palestra” per allenare il pensiero critico e l’unico mezzo attendibile per scoprire cosa realmente accade nel mondo. “i quotidiani, tutti, nessuno escluso, sono maschere che proteggono il nostro cervello dalla stupidità e dalle menzogne. Specialmente nell’era da Coronavirus e di quella delle fake-news”, conclude Del Vigo (Del Vigo, 2020). Ovviamente, considerando l’importanza che i social network assumono oggi, non si possono arginare le *fake news*, ma convivere con esse cercando di costruire una comunicazione “credibile, trasparente e continua” (Comin, 2020).

La trattazione del caso proposto – dopo aver delineato la funzione della sfera informativa e, in parte, della sfera pubblica – prende in analisi l’ultima sezione chiamata in causa: la sfera politica e le sue reazioni

all'emergenza; in particolare, si tratteranno le modalità di comunicazione privilegiate nel corso della pandemia e gli impatti di tali flussi sulla popolazione.

A tale proposito, torna a pronunciarsi Gianluca Comin; qualche mese dopo aver dettato le prime considerazioni sul caso – come una sorta di premonizioni e auspici futuri – l'esperto di comunicazione riflette su dati concreti e su episodi realmente vissuti nel corso della quarantena, e tira le somme.

Effettivamente, l'emergenza si è rivelata grave ed estesa, come auspicabile fin dai suoi esordi; meno prevedibile sarebbe stato l'approccio comunicativo optato dalle istituzioni pubbliche protagoniste in nella fase di criticità. Messa alle strette dai tempi e dall'immediata necessità di risposte da parte dei vari settori della comunità sociale – quello economico e quello sanitario in prima linea – si ravvisano “errori” da parte dei principali attori politici nella divulgazione di “messaggi di rito”. Innanzitutto, le riflessioni prendono in esame la figura del Presidente del Consiglio Giuseppe Conte, l'autorità “per eccellenza” nella gestione della crisi; il dibattito si rivolge alla predilezione di canali “non istituzionali” per relazionarsi con il proprio “pubblico”; Conte, infatti, usa il profilo personale di Facebook come “punto di smistamento” delle informazioni in suo possesso, destando perplessità e dubbi sulla responsabilità della scelta in una fase tanto delicata. Si ricordino le caratteristiche della crisi illustrate in precedenza, che – classificata come “globale” e “in divenire” – ha richiesto modalità altrettanto eccezionali nell'affrontare il problema. Ma attenzione, la “velocità” di diffusione delle notizie, non può essere affiancata dalla “trascuratezza” nella loro esposizione. In merito, il fondatore di Comin&Partners ravvisa l'eventualità di scegliere canali di informazioni ufficiali in via prioritaria e solo successivamente rilanciare il messaggio attraverso i social, piuttosto che l'inverso (Comin, 2020). Si sottolinei, tuttavia, come l'analisi non vuole acuminare polemiche sul tema, quanto offrire un quadro imparziale, ma il più possibile obiettivo sulle vicissitudini riscontrate nell'ambito della comunicazione politica.

Chiarita la posizione, si riscontra l'impatto negativo registrato dalle modalità di interlocuzione scelte dal capo di Governo non tanto nell'informalità, quanto nell'imprecisione e nella superficialità con cui molti messaggi sono stati affidati a cittadini e imprese che – non potendo approfondire le informazioni fornite, perché spesso date prima della trasposizione in appositi decreti di legge – si sono ritrovati in uno stato di ulteriore allerta, aumentando il proprio stato di panico, ansia e preoccupazione (Comin, 2020).

È evidente la rilevanza che, in tale contesto, assumono tutti gli elementi su cui si è concentrata finora la ricerca. Nel caso di studio proposto, infatti, confluiscono sia il ricorso ad un certo tipo di *storytelling*, tornano centrali gli stati emotivi dei cittadini, le *fake news* si riappropriano della scena e la post-verità riacquista centralità.

Per quanto riguarda lo *storytelling*, si registrano anche nella delicata “fase 1” della gestione, episodi di speculazione politica consistenti nel racconto di “storie” negative a cui maggioranza e opposizione ricorrono per descrivere le azioni intraprese nell'uno e nell'altro caso. Insomma, gli scontri politici non sono mancati nemmeno in un corso storico in cui un dialogo costruttivo e una maggiore solidarietà nazionale avrebbero aiutato ad accelerare i tempi della decisione. Tuttavia, non è nel merito delle scelte politiche che si concentra la riflessione, quanto piuttosto sull'inopportunità del ricorso ad una comunicazione di “storytelling negativo”,

aggressivo e disgregativo che è quantomeno discutibile: “speculare su salute e paure può ritorcersi contro, ecco, a un politico non consiglieri di cavalcare un’emergenza pandemica in maniera aggressiva”, ritiene Comin. Si può accogliere questa conclusione, se si pensa alla funzione originaria per cui nasce lo *storytelling* e, ancor di più, alle ragioni per cui si sovrappone alla dimensione politica: quello di “giocare” sulle emozioni dei cittadini, costruendo storie atte a screditare l’avversario; nulla di tutto questo si rivela funzionale alla risoluzione di una crisi di tale portata.

Altro settore richiamato in causa è quello delle *fake news*. Nel procedere, è conveniente richiamare le considerazioni della Arendt sulla complicata relazione tra verità e politica; come afferma la stessa filosofa tedesca: “Nessuno ha mai dubitato che verità e politica siano in rapporti piuttosto cattivi l’una con l’altra” (Arendt, 1968); inoltre, in un regime autoritario come quello condannato da Hanna Arendt, lo scopo manipolatorio della comunicazione politica – nella sua versione di “propaganda” – oltrepassa i confini della pressione psicologica sulle masse, certo di non incontrare restrizioni o ostacoli nella sua realizzazione. Torna sull’argomento anche Umberto Eco, come è stato ricordato in precedenza, alludendo ad epoche ancora più remote – quelle medievali – in cui l’uso strumentale di un certo tipo di divulgazione informativa da parte del potere politico asserviva il mantenimento di consenso, stabilità e controllo sociale, anche a costo di “forzature” e “distorsioni” del reale. Reintrodotte le suddette visioni, ora, è lecito chiedersi quali “stili di comunicazione” dovrebbe adottare una figura istituzionale quando il contesto cambia e si giunge in un regime democratico e quando lo scopo prioritario non sono più il “mantenimento del consenso” o “il controllo sociale”, quanto, piuttosto, la sicurezza dei cittadini, la salute pubblica e il sostegno morale. In altre parole, la crisi pandemica fa emergere l’esigenza – probabilmente mai così forte nella storia – di pronunciare e ascoltare solo “verità”; non versioni “riadattate”, ma solo e unicamente fatti accertati e dati autorevoli. È chiaro, date le premesse, che l’arte della comunicazione politica – da sempre arricchita da “storie”, fomentata da esagerazioni di toni e offuscata dalla distorsione dei contenuti – deve ritrovare l’integrità e l’autorevolezza perduta. Inoltre, l’argomentazione principale per cui deve essere rivisto il modo espositivo di un certo tipo di comunicazione, si rintraccia nel pericolo per la politica stessa di sopravvivere, laddove l’offuscamento della distinzione tra realtà e finzione inizi a far vacillare l’intero sistema democratico.

Alla luce di tali motivazioni, si giustifica, o meglio, si comprende più facilmente la natura degli errori commessi nella gestione della circolazione di fatti, dati e notizie nei mesi di marzo, aprile e maggio 2020.

Precedendo con la valutazione degli impatti, tuttavia, è doveroso fare una precisazione: la politica non è l’unico capro espiatorio della confusione ingenerata dalla diffusione di comunicati, messaggi e evoluzioni del caso, sia di stampo istituzionale che non. Così come – è sempre opportuno ribadirlo – la “viralità” garantita dai social media, per cui ogni falsità immessa ha la possibilità di propagarsi fino ad acquisire lo statuto di verità possibile (Serughetti, 2019), non è l’unico veicolo di *fake news*. Le sfere chiamate in causa, infatti, sono tre: sfera mediatica, sfera politica e sfera pubblica; riconosciuti gli errori e le “colpe” delle prime due aree, è bene non considerare l’ultimo spazio come mero destinatario degli effetti negativi derivanti dall’azione “scellerata” dei media e della politica. Non si vuole lanciare accuse, ma, pur procedendo con un’analisi imparziale,

si ravvisa una sorta di “pigri­zia” da parte dei cittadini, anch’essi complici dell’incontrastata diffusione di menzogne e falsità. Nel corso dell’affermazione della realtà post-fattuale, infatti, si denuncia anche l’“indifferenza” dell’opinione pubblica tra ciò che è vero e accertato e ciò che è falso; in pratica, una sorta di “adagiamento” alle logiche di propagazione dell’informazione nell’era della post-verità. Così, anche questo atteggiamento remissivo e rassegnato di fronte alla diffusione delle *fake news*, contribuisce a creare discredito nelle procedure di raccolta dei dati, di produzione del sapere e di ricerca di autorevolezza e “verità” sulla realtà che si vive.

Date le premesse di partenza evidenziate nei tre anelli sociali, non c’è da stupirsi, dunque, come elementi che dovrebbero essere scontati in un processo di comunicazione e informazione – competenza, autorevolezza, chiarezza, trasparenza, certezza, ecc. – non sono risultati disponibili al momento del bisogno. Come è possibile, dunque, reintrodurre questi ingredienti nel mantra della comunicazione politica e mediatica contemporanea? Come si può educare la cittadinanza al riconoscimento e alla difesa “attiva” dalle menzogne della Rete?

Innanzitutto, una buona comunicazione “protegge” gli individui da possibili falsità, così come una accresciuta consapevolezza nell’utilizzo delle piattaforme da parte degli utenti aiuta a “proteggersi” da eventuali inganni informativi. Queste sono le premesse di base, a cui si associa anche lo stesso Gianluca Comin. È necessario che i messaggi trasmessi dalle istituzioni siano chiari, trasparenti e provengano da fonti credibili e, se necessario, reitarli anche attraverso i canali social più informali ma in grado di raggiungere l’intera popolazione. Tale meccanismo, non prevede un “bombardamento” di informazioni e messaggi, che al contrario potrebbe avere – come si è visto – l’effetto opposto di creare caos, piuttosto che dare certezze.

È importante che i media portino il problema all’attenzione dell’opinione pubblica nei programmi più indicati come telegiornali o talk show, [...] ma anche il ricorso ai social media moderando i toni e catalizzando l’attenzione del pubblico su altre questioni è certamente molto importante” (Comin, 2020).

Per concludere – isolando il caso concreto della pandemia che ha portato precarietà, stallo economico e morte – si ravvisano, in generale, risvolti positivi in tutte e tre le sfere. Si può azzardare ad una sorta di reazione, di riscossa, di “risveglio” da uno stato dormiente e passivo in cui vessa la politica, la stampa e l’opinione pubblica da quando Internet e i nuovi attori di cui si è parlato in precedenza hanno preso il sopravvento. Non c’è una soluzione puntuale e specifica, ma, come accennato, si rimette tutto ad una questione di “equilibrio” tra “vecchio” e “nuovo”.

In altre parole, il caso Covid-19 ha ridestato l’attenzione per la ricerca di un nuovo approccio alla tecnologia e alla sua interazione, ormai associata, con il mondo reale. Il peso assunto dalle innovazioni, oltre a relazionarsi costantemente con la politica, la comunità sociale, la stampa e i media in generale, deve anche trovare un modo “smart” di essere compatibile con questi settori. Non si vuole alludere ad una “fusione” completa tra il mondo reale e quello virtuale, è bene che le due entità rimangano distinte. In questo, il ruolo della consapevolezza può fare la differenza; l’uso coscienzioso e moderato dei *social network* da parte del cittadino-utente, il ricorso meditato e comprensivo di una accurata valutazione di impatto di un canale social piuttosto che un sito istituzionale da parte del politico, il continuo aggiornamento di figure professionali – giornalisti, esperti, opinionisti, ecc. – per portare il proprio sapere – autorevole e certificato – dal Web, alla Tv, alla carta, in modo

versatile, costruttivo e a garanzia di una buona informazione; questa breve rassegna rappresenta una parte dell’eredità del Coronavirus, quella positiva, perlomeno.

La post-verità si erge su frammenti di fatti e di notizie, si alimenta dell’incertezza umana e si diffonde attraverso la manipolazione politica; trovandosi di fronte all’esigenza di “integrità”, “certezza” e “verità”, dunque, il fenomeno al centro posto dell’elaborato si è “compresso”.

Così, riallacciandosi alla citazione introduttiva del paragrafo, nel diluvio di false notizie e pseudo-verità – che sembravano condannare per sempre la rilevanza politica e l’autorevolezza dell’informazione – si ricopre l’importanza della verità; non solo per mettere in salvo la democrazia, ma per ridestare l’intera comunità politica, mediatica e pubblica.

TECNICHE E STRUMENTI PER ARGINARE LA POST-VERITÀ

4.1 L'illusione della Rete e i suoi rischi; utilizzo consapevole delle piattaforme democratiche

“Ricostruiamo sempre le origini primarie di un’opinione, una credenza, una tesi. Diffidiamo sempre, innanzitutto in noi stessi, del demone interno che bisbiglia “non c’è nessun bisogno di controllare, deve essere così e non altrimenti”.

Massimo Piattelli Palmarini

Il percorso intrapreso, converge nella ricerca di strumenti idonei a raggiungere l’intento proposto: salvare la verità. A tal fine, si fa appello, innanzitutto, al ruolo della consapevolezza. L’estratto introduttivo non a caso richiama, attraverso le parole del linguista italiano Palmarini, l’importanza di un’inclinazione critica quando si entra in contatto con “un’opinione, una credenza, una tesi”.

Il lavoro di analisi allarga queste riflessioni, in particolare, verso l’atteggiamento remissivo dell’utente che naviga nella Rete, rimprovera l’eccessivo adagiamento dei media tradizionali ai flussi virtuali di notizie e fatti e, infine, ammonisce la tendenza dell’uomo politico, in qualità di figura professionale, il quale “sfrutta” la disintermediazione dei social network per “abbassare” il livello del ruolo ricoperto all’interno di una comunità.

Per quanto concerne il settore politico, infatti, non possono essere trascurati gli studi condotti negli ultimi anni sullo sviluppo di un “governo on-line” e i vari neologismi che ne discernono: e-government, e-democracy, open government, solo per citarne alcuni¹². L’uso delle tecnologie della comunicazione, con particolare attenzione al ruolo delle piattaforme digitali, rappresenta una svolta per la crescita e la diffusione dei processi di partecipazione democratica (De Blasio, 2018). Che si voglia adottare la prospettiva pessimistica, secondo la quale Internet propone una “disintermediazione” solo apparente, diretta espressione di un deficit di rappresentanza o, al contrario, di iper-rappresentanza (De Blasio, Sorice, 2018) – non a caso l’elaborato propone un approfondimento sul tema dei leader populistici e il loro impatto con le nuove tecnologie – o che, piuttosto, si voglia esaltare l’aspetto “inclusivo” e “partecipativo” della Rete, è innegabile la portata innovativa delle nuove piattaforme social.

Consci della trasformazione subita dalla comunicazione politica – ampiamente illustrata nel terzo capitolo dell’elaborato – si riporti il focus sul tema centrale della tesi: l’informazione. Con l’affermazione di Internet e parallelamente all’affermazione delle piattaforme digitali come “luogo di scambio informativo, di messa a punto di politiche e di sviluppo di processi deliberativi” (De Blasio, 2018, p. 17), si riscontra anche una chiara diminuzione della stampa tradizionale nella sua funzione di “indirizzare i cittadini”; di conseguenza, si osserva con preoccupazione come questi ultimi abbiano “peccato” di presunzione, convertendosi da cittadini

¹² Per una versione aggiornata e approfondita sul tema, si rimanda agli studi di Emiliana De Blasio, in particolare “*Il governo on-line*” (2018) e “*E-democracy*” (2019)

strettamente dipendenti dai vecchi media a utenti sempre più autonomi della Rete. È stato dimostrato, tuttavia, come la libertà proposta dai social media per esprimere e diffondere opinioni personali, contenuti e vari tipi di materiale “informativo” sia, in realtà, limitata; è stato dimostrato, infatti, come il dibattito “algoritmo” – introdotto nei primi tratti della ricerca – controlli, profili e indirizzi l’internauta inconsapevole, producendo una notevole illusione di indipendenza (Dal Lago). Nel contesto attuale della postmodernità, infatti, si misura un’alta reputazione per le conoscenze e le competenze personali che, almeno in apparenza, rende il cittadino più sicuro di sé. In realtà, è nell’enfatizzazione della padronanza con cui si maneggiano gli strumenti digitali che si celano insicurezze più profonde.

È possibile riemergere da questo stato di “inettitudine”? Certamente, ma occorre ridestarsi, dar prova di maturità e consapevolezza, riappropriandosi ognuno delle proprie funzioni sociali; per raggiungere questo fine, l’adozione di uno spirito coscienzioso, consapevole e reattivo nei confronti delle nuove tecnologie a relazionarsi con esse senza lasciarsi sottomettere e diventarne “merce”.

Riflettendo sulla figura del giornalista – in particolare, sul ruolo ricoperto negli anni e su quello che dovrebbe assumere nel mutato contesto sociale – è opportuno ricordare l’emarginazione in cui vessa da quando le fonti informatiche hanno prodotto un “effetto di spiazzamento” a scapito delle fonti giornalistiche. È bene ribadire, a tal proposito come l’ascesa della Rete, però, sia conseguente allo scossone dell’informazione tradizionale e dunque non direttamente imputabile della crisi di credibilità dell’informazione tradizionale.

Prima dell’affermazione dell’era digitale, infatti, erano soprattutto i giornali, poi affiancati dalla televisione generalista, a offrire una versione certificata della situazione politica in Italia; a tal proposito, viene sottolineata la centralità della “fase di sorpasso” dei media mainstream a scapito della sfera politica. Erano i professionisti dell’informazione, infatti, ad orientare il consenso del cittadino-spettatore, rivestendo una funzione centrale di indirizzo e influenza dell’opinione pubblica (Toni, 2017).

La circostanza appena tracciata potrebbe ingenerare alcune perplessità; la domanda che si giunge a formulare è la seguente: se anche i media tradizionali, così come la politica, ricorrono a strumenti di influenza dell’opinione pubblica, in alcuni casi, come è stato evidenziato, anche con fini chiaramente manipolativi, perché a destare preoccupazione è solo la distorsione della verità prodotta dall’irruzione delle piattaforme digitali?

Fomentati dal quesito, si giunge a elaborare una prima considerazione conclusiva, focalizzando l’attenzione non sugli “effetti” prodotti, ma sulla “fonte” che li ha generati.

Da un lato, si immagini il declamato *gatekeeper* dell’informazione, il quale funge da “filtrante” dei contenuti trasmessi all’opinione pubblica, setaccia le notizie prima di renderle pubbliche, si adopera al fine di confezionare un “prodotto informativo” quanto più possibile epurato da falsità, attendibile e certificato; dall’altro, si annuncia l’irruzione di un attore ignoto, dai tratti fluidi e difficili da identificare che permette a nuove piattaforme di far circolare fatti e contenuti in modo incontrollato e continuo; si occupa anch’esso del confezionamento, ma prestando attenzione all’involucro esteriore piuttosto che al prodotto contenuto. In sintesi, si presentano due tipologie opposte di fonti informative: la prima è nota, si concretizza in una figura precisa e identificabile, il giornalista professionista, appunto, che ricorre a parametri di attendibilità, autorevolezza e

credibilità, mentre la seconda è ignota, spesso non si può risalire all'identità di una fonte virtuale o perché non c'è, o perché sono troppe. Il secondo scenario, infatti, richiama il meccanismo di funzionamento di un "algoritmo" immateriale che seleziona i contenuti sulla base della loro visibilità, potenzialità di condivisione e tendenza. Lorusso definisce le due rappresentazioni come: "fonti istituzionali" e "fonti virtuali" (Lorusso, 2018).

Elaborata questa prima considerazione, utile a distinguere le due categorie di "informatori", si passi ora alla reazione da parte dell'opinione pubblica. Per quanto concerne la prospettiva del "Pubblico" infatti, è emersa la sfiducia, la diffidenza e il repentino allontanamento dalle fonti istituzionali – la frattura è risultata incolmabile specie dopo il crollo della classe politica e delle ideologie di inizi anni Novanta – seguito da un "naturale" affidamento ai "signori" del Web. In altre parole, i cittadini si sono aggrappati alla prospettiva di orizzontalità e di disintermediazione offerta dai nuovi canali di comunicazione per riappropriarsi di una posizione centrale, dopo che, per anni, si sono sentiti "schiacciati" e "soverchiati" dalla diatriba tra sfera mediatica e sfera politica.

La concezione diffusa nell'opinione pubblica, necessita di essere approfondita richiamando in causa Alessandro Dal Lago (Dal Lago, 2017), che, a tal proposito, parla di una sorta di "illusione partecipativa" promossa dalla Rete. Gli utenti del Web, infatti, sono stati indotti ad una rinnovata "consapevolezza" di autonomia, estesa anche al campo dell'informazione; è stato discusso il sentimento di autorealizzazione diffuso tra i cittadini; a tal proposito, è doveroso far cenno anche al processo di "mobilitazione cognitiva" elaborato da Dalton che inizia a germogliare in America già dagli anni '70.

L'inserimento di un ritaglio più analitico sul fenomeno citato avalla l'aggancio con la disintermediazione che ha condotto la comunità sociale nell'era post moderna.

Il professore della prestigiosa Università californiana, infatti, elabora la teoria del "super cittadino" (*super citizen*) da cui sviluppa le sue considerazioni. Dalton, infatti, considera le radici profonde della mobilitazione cognitiva partendo dalla guerra del Vietnam, altri studiosi hanno poi trascinato la ricerca nel mondo attuale. La locuzione, in origine, si riferisce al processo per il quale la popolazione americana vedeva crescere il tasso di scolarizzazione e partecipazione agli studi universitari proprio in nel frangente storico indicato. Da questo maggior coinvolgimento nella formazione, specie per i più giovani, deriva una maggiore acquisizione di conoscenze e competenze che, inevitabilmente, fa da preludio al cambiamento della percezione di se stessi, del mondo e della società.

Aumentando la consapevolezza delle proprie capacità – e quindi del loro diritto a prendere parte attiva nel processo decisionale – i giovani cittadini iniziano a pretendere una maggiore partecipazione e un maggior coinvolgimento; il parere di una cittadinanza "informata", infatti, è dirimente per decidere su una serie *single issue* (ambiente, economia, ecc.) o sulle sorti di fronte a un macro evento (quale, ad esempio, la guerra nel Sud-Est asiatico).

La crescita della partecipazione civica, ovviamente non disintermediata da partiti, e l'aumento della possibilità accesso ai media – si ricordi che ai tempi c'era solo la televisione e la stampa – fa sì che si innesti questo processo di mobilitazione cognitiva.

È proprio da qui che cominciano i processi di disintermediazione che oggi si concretizzano nelle piattaforme del Web.

A questo punto, risulta agevolato il nesso con l'illusione partecipativa della Rete teorizzata da Dal Lago (Dal Lago, 2017). Con un salto temporale, infatti, si giunge nella fase postmoderna dell'informazione in cui si rinnova la spinta della cittadinanza a "prendere parte" del mondo. Tuttavia, la sensazione trasmessa agli internauti, è quella di abitare quello stesso mondo che si presenta loro sui monitor dei dispositivi digitali (Toni, 2017); quello che si definirebbe "l'illusione della Rete". Nel suo saggio, l'autore si concentra in particolare sulla velocità di propagazione dell'informazione digitale, e su come questo processo possa avere "ricadute" sulla realtà esterna, quella a cui appartiene il mondo reale. Insomma, la dimensione spazio-temporale delle piattaforme digitali altera la percezione della realtà ogni qualvolta questa si sovrappone alla vita sociale (Dal Lago, 2017). Inevitabilmente, la percezione di autenticità e democraticità trasmessa dall'essere parte di una comunità "virtuale", porta anche a considerare qualsiasi notizia, fatto o contenuto che si incontra come "vera". "Nello spazio-tempo di internet, una notizia, per il solo fatto di circolare, corrisponde a un fatto reale [...] Una notizia può essere attivata da qualsiasi fonte, naturale, scritta, visiva o digitale: nel momento in cui entra nei meccanismi della diffusione della rete, può diventare virale e quindi vera, anche se non ha alcun tipo di fondamento reale" (Dal Lago, 2017, p. 64).

È evidente, dunque, come il richiamo alla "consapevolezza" attorno a cui ruota il paragrafo non debba limitarsi alla "percezione di sé"; l'utente deve accrescere la propria cognizione anche, e soprattutto, quando si mette in relazione con i nuovi strumenti digitali. Solo in questo modo, si evita il rischio segnalato dallo stesso sociologo, di diventare mere icone di se stessi, riappropriandosi delle proprie "sembianze", della propria "faccia", del proprio ruolo di cittadini del mondo reale prima di essere "icone" in balia di una realtà virtuale.

Per concludere, ritorna congeniale il concetto habermasiano di "sfera pubblica", che dall'ambiente sociale si trasporta in una dimensione virtuale; la riflessione converge proprio nella tradizionale definizione di "sfera pubblica" come è stata illustrata e sviluppata nel corso dell'elaborato.

Jurgen Habermas, infatti, immagina uno spazio concreto da dedicare al "dibattito razionale critico, basato su argomentazioni pubbliche e orientato a indirizzare la funzione pubblica di stabilire norme"; in pratica, un luogo fisico di incontro, confronto e dialogo in cui confluiscono tutte e tre le sfere: quella politica, quella politica e quella dell'opinione pubblica. Anche questa definizione viene ritagliata in contesto storico remoto: la dinamica Gran Bretagna di fine '700. L'attivismo di letterati e poeti, infatti, è accompagnato dal pullulare di luoghi di aggregazione sociale – principalmente bar e *coffee house* – in cui si comincia a vagliare e a discutere il contenuto di saggi, libri e – oggetto di trattazione per eccellenza – la stampa. La figura professionale addetta alla divulgazione di notizie dell'epoca, tuttavia, non può essere ancora paragonata all'odierno "giornalista di professione"; sono prevalentemente "letterati" e uomini dotati di una certa spessore culturale, in generale, a occuparsi della trattazione di argomenti morali, connessi con i costumi, i luoghi e i modi di vivere della società inglese; mentre la politica, l'economia, le questioni internazionali risultano ancora trascurate e quasi interamente oscure a gran parte della comunità. I luoghi della politica, le trattative commerciali, la

bilancia dello Stato e la salute economica del Paese erano un tabù per gran parte dei cittadini, argomenti oscuri e assenti dal dibattito pubblico. Tuttavia, grazie alla vivacità intellettuale della borghesia inglese, inizia a diffondersi l'esigenza di un maggiore coinvolgimento su settori strettamente intrecciati col vivere quotidiano: un cittadino informato, infatti, non può prescindere dalle conoscenze delle condizioni politiche ed economiche della nazione per "sentirsi parte del mondo". La "sfera pubblica", nasce così, nel fermento culturale e nella concezione diffusa che essere costantemente e correttamente informati è uno dei diritti di base del cittadino.

È interessante mettere in evidenza alcune peculiarità di questo spazio di incontro che per anni ha supportato lo sviluppo di stati democratici. Innanzitutto, è necessaria la compresenza fisica degli interlocutori per la sua realizzazione e dunque la necessità di dotarsi di luoghi di incontro fisici e non simbolici; in secondo luogo, il dibattito deve essere impostato con logiche evolutive, ovvero predisposte a costruire "prodotti" nuovi nonostante la difficoltà di aggregare la diversità dei punti di vista in campo; infine – e qui si rintraccia la democrazia dell'ideale habermasiano – è concesso potenzialmente a tutti l'accesso alla meglio qualificata sfera pubblica¹³.

Rinnovato il significato delle teorie di Habermas, l'aggancio con il mondo contemporaneo è lampante; "inclusione", "apertura" e "partecipazione democratica", infatti, sono anche i cardini delle nuove piattaforme digitali, ma nella comunità fluida della Rete tali attributi meritano opportune puntualizzazioni.

L'exkursus è stato ritenuto necessario per riagganciarsi alla realtà contemporanea con una "consapevolezza", appunto, rinnovata. Lo stesso sociologo tedesco intravede i rischi che l'impatto della "mediatizzazione" avrebbe ingenerato nella concezione pura e democratica di spazio pubblico; ad essere pronosticato, infatti, è un approccio eccessivamente pluralista. Il pericolo individuato già dalla diffusione dei rimi apparecchi mediatici vede nell'eccesso di pluralismo comunicativo e sociale un'agevolazione del processo intenzionale di manipolazione, che, inevitabilmente, altera l'interpretazione dei messaggi e deteriora le relazioni nella realtà sociale. Da qui il germe della diffidenza e della tendenza all'isolamento su cui il Web 2.0 poggia le sue basi.

Nell'invadere la sfera pubblica, infatti, la digitalizzazione assorbe la naturale "socialità" dell'individuo – l'uomo è un animale sociale e socievole per natura, questo è noto fin da Aristotele – e determina un'espansione della sfera privata a spese di quella pubblica; in altre parole, l'individuo in carne ed ossa tende a delegare all'informatica la soddisfazione di bisogni reali, perdendo la relazione sociale a favore di quella virtuale (Toni, 2017). Ritorna, a questo punto, anche il concetto di *filter bubble* ampiamente osservato e analizzato nel corso dello studio; l'idea di "sfera pubblica", così come delineata, trasmette il senso di ampiezza, di apertura, di incontro fisico e di interlocuzione verbale; mentre l'immagine di una "bolla" – affiancato a quello di "camera dell'eco" – attiva l'immagine di un contenitore impermeabile, di una sorta di cerniera sul mondo, annuncia l'incomunicabilità verso l'esterno, l'impossibilità di contatti verso l'interno, e, ancora, esclusione, isolamento e polarizzazione; tutti concetti largamente dibattuti che tornano ad essere centrali.

¹³ Si ricorda che per un approfondimento del tema, oltre agli scritti originari dell'autore, si consiglia la consultazione del saggio di Bordogna *Il Concetto di «Sfera Pubblica» In Habermas e le sue matrici culturali*, (1974).

Si voglia solo considerare, a questo punto, il ruolo assunto dai media di nuova generazione; il concetto di “assorbimento” utilizzato per descrivere la loro affermazione, mal si concilia con quello di “adattamento” a cui si dovrebbe tendere. Il primo stato si raggiunge facilmente senza attivare nessun meccanismo particolare, basta lasciar prevalere la presunzione e l’eccessiva considerazione di sé annunciati in precedenza; il secondo, invece, prevede una reazione attiva e consapevole che può contribuire alla creazione di una strategia *win-win* in cui l’uomo “reale” convive con il mondo “virtuale” (si noti, “convivere con” presuppone uno spirito ben diverso dal “vivere nel”). Anche nell’epoca post-ideologica della disintermediazione (Panarari, 2019) dove i più pessimisti vedono tramontare il ruolo della politica, della stampa e della cittadinanza attiva, è possibile veder sorgere anche le loro “versioni o estensioni digitali”, ma non con un approccio pessimistico, come propone Dal Lago nel suo saggio (Dal Lago 2017), e senza rassegnarsi alla “fine della competenza”, come diagnostica Nichols nelle riflessioni su “*La conoscenza e i suoi nemici*” (Nichols, 2018).

Si conclude, dunque, che con le nuove tecnologie tutti possono fare tutto in modo indistinto: i leader diventano *performer*, i giornalisti *storyteller*, i cittadini i nuovi *watchdog* dell’informazione e risulta evidente come lo scenario proposto alluda ad uno smembramento dei confini tra le tre sfere, ad una dissoluzione, una caotica fusione delle funzioni e una altrettanto problematica sovrapposizione dei ruoli. Tuttavia, quanto riportato risulta una conseguenza inevitabile dal momento in cui si entra a far parte di una comunità della Rete; ciò che fa la differenza – come anticipato – è la presa di coscienza della nuova dimensione raggiunta, riconoscere i suoi limiti, non solo quelli di Internet, ma anche quelli personali. È chiaro, il ritrovato “senso dell’amor proprio” - rafforzato dalle conferme e dalla polarizzazione della Rete – ostacola il passo verso tale consapevolezza; in questo convogliano tutti i principali studiosi che hanno dedicato i propri sforzi a scandagliare il tema. “Mettere ordine partendo dalla consapevolezza del fatto che l’uomo è un animale linguistico e sociale. Sociale, vogliamo ribadirlo, non social”, conclude il suo intervento il saggista Massimiliano Panarari (Panarari, 2018).

Tornando alla questione centrale delle “fonti”, saper discernere con razionalità una fonte autorevole da una ignota e inattendibile, prevede alcuni strumenti indispensabili per arginare la post-verità, ma per avvalersene è opportuno, innanzitutto, maturare la consapevolezza della loro essenzialità per non essere “assorbiti”, ma per armarsi e reagire.

Molti studiosi parlano di criteri quali la plausibilità, la pertinenza, la corrispondenza al contesto originario di una notizia o di un fatto; per comprovarli è strettamente necessario passare per la via della verifica continua delle “versioni di verità” che bombardano la comunità nel mondo postmoderno.

Consapevolezza, dunque, strumenti di verifica e, infine, mantenere fisso il ruolo delle competenze. Ben venga la disintermediazione, che si acconsenta pure ad una maggiore orizzontalità, ricordando, però, che essere parte di una società democratica non implica un “livellamento” della sua popolazione. La democrazia è apertura, è dialogo, è incontro e, laddove risulti costruttivo, è anche sinonimo di scontro. La democrazia è dibattito, ma questo, in quanto tale, prevede l’inclusione di “voci” diverse, alternati punti di vista e diversi calibri di *expertise*; in altre parole, le piattaforme digitali “aperte”, “inclusive” e “partecipative” possono essere realmente democratiche se, in esse, non viene messa in discussione l’autorità degli agenti di informazione e

se non si promuove l'illusione di neutralizzare le differenze tra gli individui: le competenze esistono, hanno un ruolo, e, in quanto tali, devono essere rispettate (Lorusso, 2018).

È l'essenza della "sfera pubblica" tradizionale, senza la quale la stessa informazione democratica non potrebbe esistere; ma adottando questi strumenti, la sua sopravvivenza sarà possibile anche nello spazio mediatizzato e fluido della Rete.

4.2 Il *fact checking* e la lotta alle *fake news*

“Oggi, con internet e la televisione via cavo che diffondono informazioni 24 ore su 24, sei immerso in un contesto in cui non hai più il tempo di riflettere. Gli elettori sono guidati da sentimenti puri di simpatia o di avversione, di armonia o di disagio che gli ispirano i candidati che conoscono attraverso la loro narrazione”.

António Rosa Damásio

A introdurre il tema in analisi sono le parole di Antonio Rosa Damasio che, oltre ad un celebre saggista, ha la fama di essere uno dei più autorevoli neuroscienziati, neurologhi e ricercatori portoghesi, non a caso, specializzato nel campo del comportamento e della cognizione umana. Se finora le piattaforme digitali sono state designate come spazi che operano in tempi rapidi e, dunque, difficili da tenere sotto controllo, si può, tuttavia, ricorrere all'algoritmo di base per comprendere e quantomeno prevedere le involuzioni. Tra tutte le componenti in cui si disarticola la post-verità, ce ne è solo una classificabile come imprevedibile: la mente umana. L'istinto irrazionale che muove le scelte dell'individuo è mutevole, disorganico, altalenante e, in quanto tale, impossibile da monitorare. Non potendo presagire con esattezza la reazione del pubblico di fronte a un certo tipo di messaggio, dunque, è opportuno passare per il ricorso a strumenti informatici al fine di ricalibrare la credibilità dell'informazione. A tal proposito, il *fact-checking* rappresenta un'operazione in corso di sperimentazione nei media digitali; gli aggiornamenti sono repentini e cercano di stare al passo con l'ondata di *fake news* segnalate nella Rete, pur sempre considerando il tipo di reazione che possono provocare nell'utente che vi si imbatte inconscio.

Con questa coscienza rinnovata, si passa ad una sintesi completa ed esaustiva in cui convogliano tutti gli elementi elencati nel corso degli sviluppi sul tema proposto.

Il dibattito sulla possibilità di sopravvivenza dei giornali ha riscontrato un esito positivo, ribadendo come l'antagonista dell'informazione tradizionale non si celi dietro la Rete che, al contrario, può rivelarsi un valido alleato per l'ottemperanza della nuova funzione sociale attribuita ai giornali nella postmodernità. Tuttavia, il nemico esiste, e a questo punto della trattazione, è anche facilmente riconoscibile: la post-verità. L'argomento, dunque, ritorna inevitabilmente anche nelle considerazioni finali, ma le sue implicazioni, in questo tratto di analisi, meritano un focus più accurato; a dover "fronteggiare" questo fenomeno, infatti, non è solo il mondo dell'informazione, ma vengono "chiamati alle armi" tutti gli attori che hanno accompagnato l'evoluzione dello studio finora condotto. La Rete stessa, complice per certi versi dell'affermazione della post-verità, deve dotarsi di strumenti specifici e idonei ad arginare il pericoloso fenomeno.

Si è fatto cenno alla distinzione tra “mondo virtuale” e “mondo reale”, segnalando ripetutamente i rischi di una sovrapposizione tra le due dimensioni e, allo stesso tempo, evidenziando le potenzialità di una loro coesistenza. Tuttavia, quella plasmata dalla post-verità, è una realtà ancora diversa dalle due precedenti; frammenti della stessa si rintracciano nella dimensione sociale, così come nella dimensione “social”, ma è un tipo di realtà che non si sovrappone, né si accompagna ad esse. Al contrario, si ha la percezione che la post-verità “risucchi” verità e le alteri a tal punto da poter alludere ad una “non realtà”.

Sebbene il panorama attuale risulti congeniale a tale “distorsione del reale”, è opportuno ricordare che la manifestazione di fatti post-veritieri ha origini longeve; ma allora perché, solo oggi, si avverte l’esigenza di una “cura”? Perché solo diversi studiosi contemporanei, e non i loro predecessori, convergono nell’assidua ricerca di mezzi e tecniche per estirpare tale evento?

La prima risposta viene fornita direttamente dalle argomentazioni precedenti; fino a quando il giornalista non prenderà piena coscienza delle sue rinnovate mansioni, infatti, l’informazione priva di fingimenti e alterazioni viene lasciata in balia di se stessa. In altre parole, senza uno “scudo”, le notizie e i fatti sono vulnerabili all’attacco di rielaborazioni, distorsioni e appropriazioni indebite di essi. È vero che l’informazione debba essere a disposizione di tutti, ma ciò non implica che tutti possono far di essa ciò che vogliono; il rischio che si corre è che in un mondo di verità moltiplicate aumenti il rischio di cadere nell’errore (Lorusso, 2018) e proprio questo sgretolamento della verità fornisce una risposta parziale al quesito.

Inoltre, si è giunti in una fase in cui competenza e autorevolezza sono “virtù” lesionate dallo slancio disintermediante del Web e considerate marginali nell’elaborazione dei fatti; è vero che le prospettive future che vedono un’inversione di rotta ottimistica sono quelle a cui si aggancia l’elaborato – anche alla luce delle conclusioni tratte dal caso di studio Covid-19 in cui si analizzano gli impatti di una comunicazione gestita con scarsa competenza – ma, ad oggi, lo scenario illustrato agevola la produzione di infinite “verità”, distinte solo da piccole sfumature dettate l’altalena emotiva di chi le interpreta. Insomma, niente di più affine con la definizione di post-verità intesa, in sintesi, come una descrizione o argomentazione di fatti e circostanze che influenzano l’opinione pubblica proprio ricorrendo al fattore soggettivo ed emotivo piuttosto che all’oggettività del fatto stesso.¹⁴

In aggiunta, si è fatto cenno più volte al circolo dell’informazione, che non si limita alla “produzione” di fatti – dove è stato collocato il giornalista professionista – e alla loro “diffusione” – per cui le piattaforme digitali si rivelano uno strumento eccellente offerto dalla rivoluzione digitale; ed è proprio nel “vuoto” percepito tra questi due processi che si ridesta l’interesse e, inevitabilmente, la preoccupazione attuale della comunità di esperti. Si completa così la sentenza alla causa iniziale, potendo argomentare ora la sua potenziale “condanna”. Per colmare le lacune esposte, infatti, deve essere considerata una fase intermedia imprescindibile e, probabilmente, la più delicata: il controllo dei fatti.

¹⁴ È opportuno segnalare l’ampia bibliografia che si sta sviluppando attorno alla post-verità; il dibattito tema è in divenire, ma si vuole rimandare alla consultazione di alcuni autori recentemente dediti allo studio per una più ampia rassegna di opinioni e punti di vista: Cosentino, Dell’Osso-Conti, Ferraris, Gardini, Maddalena-Gili, Pagliaro, Quattrococchi-Vicini, Veltri-Di Caterino, McIntyre

Se prima della digitalizzazione, tali funzioni venivano impersonate e gestite dal medesimo soggetto, al tempo stesso produttore, supervisore e informatore sociale, oggi, chi controlla i fatti che circolano nel Web se l'informazione stessa è in crisi e gli agenti dell'informazione – comunque in numero limitato – sono ancora scettici nella condivisione di queste attività con gli attori della Rete? (Lorusso, 2018).

Innanzitutto, è bene definire il concetto di “controllo delle notizie” o – ricorrendo alla ormai acquisita dicitura inglese incontrata in precedenza – *fact-checking*;

Da anni ormai, le parole *fake news*, “disinformazione” e “bufale” sono sulla bocca di tutti e, di conseguenza, anche la pratica introdotta – che in italiano si traduce letteralmente come “la verifica dei fatti” – è diventata sempre più di moda, una tendenza cavalcata non solo dai quotidiani generalisti e dai programmi di informazione televisiva, ma addirittura dagli stessi partiti politici (Pagella Politica, 2019).

L'attività è complessa, si compone a sua volta di molteplici azioni che rimandano alla disciplina, alla verifica, all'accertamento di un fatto in merito alla sua esattezza o alla sua stessa esistenza. Insomma, il singolo termine richiama un'interpretazione vasta: controllare significa dominare, arginare, filtrare, ispezionare, governare, e quant'altro.

Nonostante l'estensione semantica, andando a restringere il campo alla circolazione di contenuti nel Web, il potere di “controllo” può essere sintetizzato in due azioni: delimitazione e identificazione degli stessi; tuttavia, nell'intreccio web-realtà tali pratiche risultano spesso di difficile applicazione (Lorusso, 2018). Le complicazioni che incontra una supervisione ordinata dei fatti della Rete non stupiscono e non spaventano se si ripensa alle caratteristiche di una notizia o di un fatto dal momento in cui viene reso virtuale; i tempi con cui tali contenuti si diffondono, infatti, riescono a neutralizzare ed eludere qualsiasi tipo di verifica. Tali implicazioni, inoltre, si aggravano se si considera che nel contesto attuale “notizie, fatti e contenuti” immessi nelle piattaforme hanno un'alta probabilità di essere *fake*.

La diffusione di materiale controverso, va chiarito, non riguarda solo le affermazioni di uomini politici e il loro staff, anche se risulta innegabile come negli sviluppi recenti siano soprattutto i maggiori di capi di stato ad essere accusati di scarsa competenza, causa di esposizioni distorte su particolari tematiche sociali. Riallacciandosi al caso di studio, le critiche rivolte ai contenuti, oltre che allo stile, con cui vengono trasmesse informazioni da parte delle alte cariche dello stato sono all'ordine del giorno. Andando oltre la realtà italiana, basti pensare ad uno dell'esempi più eclatanti che ha visto protagonista, ancora una volta, Donald Trump; la questione rimanda alla sua proposta di iniettare, nel senso proprio del termine, un liquido disinfettante, per difendersi contro la propagazione del Covid-19. La notizia, inevitabilmente, scatena reazioni da tutti i comparti accademici e scientifici, oltre che, chiaramente, dall'opinione pubblica e dall'opposizione democratica. Anche in Italia non sono mancate le insinuazioni di una scorretta informazione additata al premier Conte. Tuttavia, quando è l'arena politica ad essere inquisita, è più facile identificare una notizia *fake*, non certificata e facilmente confutabile; il rischio, piuttosto, si cela quando le bufale circolano in profondità e non vengono annunciate all'intero mondo da un politicante qualsiasi o un suo affine. La questione richiamata del controllo e dell'attendibilità delle notizie, infatti, è un tema molto più vasto degli “strafalcioni politici” e si accompagna

con quello della possibilità offerta dalla Rete di promuovere anche un tipo di informazione “dal basso”, creata e diffusa dagli stessi navigatori (Pireddu, 2016).

A tal proposito, ritornano due concetti chiave trattati nei passi antecedenti; quello delle *fake news* e quello che può definirsi il loro “trampolino di lancio”: il pregiudizio cognitivo. L’incontro tra i due aspetti risulta fatale se, come segnalato in precedenza, vengono meno spirito di consapevolezza e senso critico nella fase di consultazione delle fonti online da parte degli individui. È ormai noto, infatti, come la diffusione dei social media crei un pubblico sempre più ampio e partecipe; ma se da un lato tale implicazione rafforza l’essenza della democrazia anche nella Rete, dall’altro, comporta anche evidenti problemi metodologici per applicare il preannunciato “controllo”. Come asserisce il giornalista Luca De Biase nel suo Blog, infatti oggi “ciascuno dice quello che vuole, senza alcuna verifica, spesso si dedicano alle *news* solo frammenti di attenzione, e manca una riflessione sul metodo di circolazione e validazione delle stesse” (De Biase, 2016).

Inoltre, il quadro designato si autoalimenta in modo vertiginoso non solo per la leggerezza con cui gli utenti della Rete si approcciano ai vari contenuti, ma anche perché manca, ancora, una controreazione da parte degli agenti dell’informazione tradizionali che invece potrebbero, anche servendosi degli appositi strumenti informatici, determinare un’inversione di rotta riportando il focus sulla “verità” così come è stata più volte descritta, impedendo l’affermazione di una sua versione “addomesticata” e piegata a quello che il pubblico vuole o preferisce. A riguardo, risulta calzante l’ammonizione di Gili, che afferma: “Crede più facilmente alle *fake news* chi vuole credere, poiché, in quelle notizie, trova una conferma alle proprie idee, opinioni e credenze precedenti. Le *fake news* funzionano meglio all’interno di un gioco di specchi autoreferenziale. Non solo le persone, ma anche i media o i sondaggisti, cioè coloro che devono documentare e raccontare la realtà, possono cadere vittime di questa trappola” (Gili, 2017). Infatti, si ribadisca ancora una volta, il problema di uno scarso controllo in Rete colpisce tutti gli ambiti sociali: quello politico, quello mediatico e quello dell’opinione pubblica; così, a quest’ultima viene addebitato uno scarso ricorso al senso critico e un uso poco coscienzioso delle piattaforme, alla classe politica si rimprovera la predilezione a piegare l’informazione alle proprie convenienze piuttosto che affrontare la realtà e, infine, si condanna l’eccessiva passività del comparto informativo nel fronteggiare la concorrenza degli “informatori della Web”, sebbene sia stato prospettato con positività un percorso di azione e reazione per il giornalista al fine di riconfermarsi il “supervisore” per eccellenza. Se ciò non accadesse e anche il *gatekeeper* dell’informazione deviasse dal motto del giornalismo tradizionale per cui “prima filtri, poi pubblici”, approdando alla “filosofia” del Web secondo la quale “prima pubblici, poi filtri” – in ragione dei tempi rapidissimi pretesi da Internet – allora l’informazione stessa sarà destinata a ridursi a un cumulo di mezze verità, mezze bufale, menzogne e falsità.

Fortunatamente, non è questo il destino preconizzato dallo studio in corso; seppur con le inevitabili difficoltà, infatti, sono diversi gli strumenti messi a punto per arginare il fenomeno delle *fake news*, riaccreditando un’informazione certificata e attendibile. L’aspetto paradossale è che, l’anello mancante di cui si è fatto cenno per garantire la funzione del “controllo”, si forgia, in gran parte, grazie alla Rete, l’attore a primo impatto sospettato come il “nemico dell’informazione”. Negli ultimi anni, infatti, sorgono numerose piattaforme online

indipendenti che fanno del *fact-checking* – inteso come verifica delle informazioni e dei dati citati – la loro missione principale (Guerrini, 2013).

Ad oggi, si rilevano sul piano internazionale almeno tre tipologie prevalenti di operatori che agiscono in tal senso; una prima categoria riguarda i reparti specializzati al *fact-checking* creati all'interno delle più autorevoli testate giornalistiche, come prevedono le redazioni del “*The Guardian*” o “*Libération*”, ad esempio; c'è poi una seconda tipologia di soggetti legati a gruppi di ricerca universitari, organizzati per lo più come veri e propri siti di verifica di fatti e notizie, l'esempio riportato e utilizzato soprattutto negli Stati Uniti è quello di *factcheck.org*; infine, anche le stesse ONG promuovono iniziative di controllo attraverso piattaforme, come nel caso di *full-fact.org*.

In Italia, l'attenzione rivolta al problema del filtraggio dei contenuti in Rete giunge in ritardo rispetto allo scenario americano e, di conseguenza, gli esempi sono molto più esigui. Tuttavia, risulta ragguardevole il caso di *pagellapolitica.it*, una delle agenzie più strutturate per lo svolgimento di operazioni di verifica alla corrispondenza ai fatti (Lorusso, 2018). Il campo di azione privilegiato di questi siti, come si può intuire, è quello della politica che, non a caso, è il settore che incontra più difficoltà nel ricorrere ad un tipo di comunicazione spostata verso l'online.

Si illustra ora – senza ricorrere a tecnicismi superflui – il modo in cui le piattaforme di filtraggio operano (o, almeno, dovrebbero operare); in generale, si segue uno schema semplice, ma funzionale a smascherare una falsità. In primo luogo, prima di avviare concretamente l'attività di controllo, è opportuno classificare le notizie sulla base dell'accuratezza mostrata, questo è necessario perché non tutti i contenuti che circolano possono essere sottoposti a verifica, sarebbe impossibile, oneroso e controproducente. Al fine di effettuare tale selezione, i siti elencati ricorrono a veri e propri “indici di veridicità” per collocare le notizie su una scala di minore o maggiore accuratezza; così, un fatto etichettato come “vero”, nel senso di essere “accurato” e “concreto” può non essere sottoposto al *check*; più ostica, invece, la questione per le informazioni considerate “parzialmente vere”, ossia abbastanza accurate, ma decontestualizzate o sfinite di alcuni elementi essenziali per la loro valutazione; l'*escalation* porta al gradino più alto della categoria in cui si collocano le bufale; la scala di veridicità riporta la classificazione di *Polifact.com*, che classifica quest'ultima tipologia come “*Pants on Fire*”, notizie la cui l'assurdità è talmente lampante che non è necessario effettuare un eventuale accertamento. Insomma, la questione più spinosa emerge nella fascia intermedia; sempre appellandosi al raggruppamento di Polifact, le operazioni di verifica si dovrebbero concentrare su notizie “*mostly true*”, “*half true*”, “*mostly false*” e “*false*”.

Si giunge, ora, alla seconda fase del *check*. Dopo aver setacciato i contenuti nella catalogazione, si procede con la verifica vera e propria delle “verità” proposte sulla base di tre parametri: la contestualizzazione, per cui i fatti vengono messi in relazione con gli elementi a cui sono connessi attraverso una rigorosa consultazione di dati certificati; la completezza di un'affermazione, tale da essere trasparente e difficile da confutare; infine, la tenuta dei fatti, ossia la capacità di resistere a punti di vista critici o a superare il test di affidabilità anche passando per un'altra lettura degli stessi (Lorusso, 2018).

Selezionati i fatti, dunque, l'attività di *fact-checking* può procedere agevolmente nel giudicare, interpretare, filtrare e, infine, rimetterli in circolazione epurati da eventuali discrasie con la realtà.

Il processo appare lineare, quasi elementare nei suoi sviluppi; cosa permette, dunque, alle *fake news* di eludere i controlli e circolare liberamente, impattando negativamente sull'informazione limpida di una comunità? Sono le menzogne ad essere troppo "furbe" oppure il *fact-checking* agisce in modo troppo "ingenuo"? La risposta accende il dibattito di filosofi, giornalisti, semiologi e studiosi in genere che sull'argomento avanzano punti di vista spesso contrastanti. Procedendo sul filo dell'imparzialità, non si avvalorano né si tende a confutare le tesi consultate, ma vengono richiamati alcuni punti centrali da cui è possibile elaborare una conclusione generale.

Innanzitutto, quando si parla di "menzogne", di "bufale" o di *fake news* in genere, non si allude a fenomeni che si auto-creano attorno a un fatto; la causa all'origine di tali manipolazioni sono sempre le persone; la comunicazione, infatti, è fatta da persone "che ci mettono la faccia, costruiscono rapporti fiduciari, consolidano o tradiscono aspettative" (Lorusso, 2018, p. 67); alla luce di questa considerazione, il primo richiamo ad un *fact-checking* più scrupoloso rimanda alla centralità della persona, all'importanza della fonte e non del fatto in sé; se ancora oggi sono innumerevoli le falsità in circolazione, invero, è anche perché la verifica condotta sui fatti prescinde dalla competenza, dall'autorevolezza e, appunto, dalla credibilità delle persone stesse.

In secondo luogo, l'altro aspetto non trascurabile per un *chek* davvero efficiente si riallaccia al precedente, cambiando, però, lato della medaglia. Se da un lato c'è un fatto da verificare, dietro cui si cela una fonte umana, dall'altro c'è un sito dedito a tale controllo, azionato e gestito a sua volta da veri e propri team di esperti, tecnici, informati; in sintesi, persone. Non sempre, infatti, è possibile risalire all'identità del soggetto che diffonde pericolose notizie *fake*; di conseguenza, la "squadra di controllo" dovrebbe adottare un approccio prudente e quanto più possibile imparziale con la dubbia verità riscontrata; con questo, si evidenzia come, il più delle volte, il giudizio su un "fatto" è alterato da fattori soggettivi che, al contrario, non dovrebbero interferire con il *fact-checking*. Ora, fermo restando che la valutazione di un contenuto viene affidata ad un server specifico che, inevitabilmente, offre risultati obiettivi e oggettivi, la soggettività segnalata potrebbe deviare il processo in fase di selezione, quando una "storia" apparentemente paradossale, assurda e sezionata come "bufala", sia, in realtà, veramente accaduta; viceversa, una menzogna ben confezionata, a tal punto da superare anche il test della tenuta, della completezza e della contestualizzazione, si considera "vera" e viene abilitata a bypassare ulteriori controlli. Come segnalato dalla filosofa Lorusso, dunque, "non si tratta di verificare la corrispondenza ai fatti, bensì di intendere la logica ingannevole di una storia" (Lorusso, 2018, p. 61).

Il giudizio di questa sentenza dunque, fa emergere lo scetticismo e la diffidenza con cui molti studiosi guardano il fenomeno del *fact-checking*. Tuttavia, con tutti i limiti che, più o meno giustamente, si vogliono segnalare, la verifica dei contenuti in Rete rimane pur sempre un primo tentativo di arginare il dilagare delle *fake news*, di tornare a dare alle parole il loro giusto peso, ripristinando la corretta corrispondenza fra significante e significato (Guerrini, 2013) e, infine, di attribuire nuovamente all'informazione un ruolo attendibile e autorevole.

4.3 Il discorso del Presidente del Consiglio sulla “fase 2”: un esempio pratico di *fact-checking*

Per quanto concerne il caso italiano, la tendenza ad un controllo puntuale e sistematico del *modus operandi* della classe politica alle prese con i canali social si afferma solo di recente. Nella sua indagine, Federico Guerrini rintraccia una prima bozza di *fact-checking* nelle verifiche condotte dai giornalisti di Sky in occasione del dibattito dei principali candidati delle primarie del Pd. L’occasione di confronto politico, infatti, rappresenta il terreno ideale per effettuare verifiche mirate sulle affermazioni nel corso della disputa; queste vengono trascritte in tempo reale da un team di giornalisti in ascolto per poi essere messe in rassegna a fine puntata e confrontate con le fonti di riferimento, primo tra tutti il vasto database dell’Istat. Il caso proposto, dunque, è un esempio di filtraggio delle informazioni citate dalla classe politica comprovando la loro attendibilità con dati autorevoli; in altre parole, l’essenza del *fact-checking*. Esponendo una bozza primordiale del fenomeno in Italia, emerge tutto l’impegno della squadra di giornalisti come elemento centrale per portare a termine l’obiettivo, poiché ancora non si può contare sul ricorso a piattaforme online ben organizzate; inoltre, la ricerca è stata orchestrata dal redattore di YouTrend, Giuseppe Ceglia, un sito pensato per promuovere analisi e sondaggi, non paragonabile, dunque, alla struttura dei siti specifici nati nelle reti statunitensi.

La prima piattaforma italiana che funziona esclusivamente da *checker* di fatti e notizie è il sito menzionato in precedenza di Pagella Politica, che ricalca l’esempio degli sforzi, in apparenza efficienti, del *fact-checking* americani e introduce un punto di riferimento analogo anche sul territorio nazionale.

A tal proposito, si riepiloga l’analisi condotta dalla suddetta piattaforma, che prende come oggetto il discorso di Giuseppe Conte sulle modalità di approdo alla “fase 2” del caso di studio proposto.

Avendo illustrato, seppur in modo rudimentale, gli strumenti necessari a condurre un’operazione di controllo, risulta più agevole ripercorrere le azioni della piattaforma. Pagellapolitica.it, infatti, ricorre allo schema proposto per “smascherare” inesattezze o riferimenti scorretti a statistiche e numeri rintracciabili dal testo ufficiale del discorso tenuto durante la conferenza stampa dello scorso 26 aprile; inoltre, si riporta un esempio in cui la “fonte” esaminata è definita, ha un volto, un nome, un cognome e una carica istituzionale riconosciuta, il Presidente del Consiglio; per questo motivo il confronto con dati certificati e la verifica dell’attendibilità delle affermazioni del premier agevola l’elaborazione di un giudizio finale.

L’estratto analitico sintetizza solo alcuni esempi di un processo di *fact-checking* molto più articolato; gli ambiti toccati da Conte nel corso dell’esposizione, infatti, sono molteplici: il futuro della sanità italiana, le previsioni scolastiche, il piano economico da attuare e tutti gli altri settori più profondamente segnati dalla crisi pandemica. Ai fini dell’elaborato, è sufficiente comprendere il concreto funzionamento di un’operazione di controllo dei fatti applicandola ad una situazione reale. Il caso di studio sul Coronavirus come oggetto di *fake news* e cattiva informazione risulta, a tal proposito, perfettamente calzante.

Una volta introdotte le modalità di ricerca, si giunge ad interfacciarsi concretamente con le parole che il presidente rivolge alla stampa, sature di numeri, statistiche, previsioni di stampo economico e sanitario;

naturalmente, per dare prova di autorevolezza e “verità”, le argomentazioni di Conte sono sempre corroborate dal continuo riferimento a “fonti” specializzate nei settori chiamati in causa, quali scienziati, medici, ricercatori, ma anche i Presidenti delle principali associazioni di categoria – sia sindacali che imprenditoriali – non mancano all’appello. Insomma, il tipo di comunicazione a cui il Capo dei ministri aveva abituato l’opinione pubblica da due anni a questa parte cambia, e questo è inevitabile se si considera la straordinarietà della situazione a cui far fronte. Se prima un discorso del premier Conte in momenti di criticità – si pensi, ad esempio, all’annuncio della crisi del Governo giallo-verde nell’agosto del 2019 – si caratterizza per autoreferenzialità, senso di responsabilità e del dovere verso la nazione (mettendo da parte le modalità di trasmissione, ma concentrandosi esclusivamente sui contenuti), oggi, si assiste ad una “condivisione” di tali referenze, responsabilità e doveri con altri soggetti, collettivi e individuali (non a caso, Conte si circonda di folti comitati tecnici specializzati nei settori più disparati nel corso dell’epidemia); inoltre, pur rimanendo lo stile rassicurante e paternalistico con cui si rivolge al popolo, sono le cifre a prevalere nelle argomentazioni del premier piuttosto che aforismi propagandistici.

In concreto, nel corso della conferenza, Conte parla dell’andamento e della localizzazione dei contagi, asserendo: “Teniamo conto che gli scienziati e gli esperti ci dicono che almeno un contagiato su quattro, la causa di questo contagio, è nelle relazioni familiari”. Chiaramente, non si stanno azzardando ipotesi casuali, ma si tratta con evidenze scientifiche comprovate. Il compito del *fact-checker*, a questo punto, è avvantaggiato. Il 24 aprile, infatti, a pochi giorni di distanza dell’intervento del premier, l’Istituto superiore di sanità pubblica un’indagine epidemiologica che prova anche a fornire una stima sui luoghi di maggiore esposizione al contagio da Covid-19; in particolare, la ricerca riprende un campione di 4.508 casi su 58.804 certificati dal 1 al 23 aprile 2020, rilevando come il 24, 7 per cento di questi sarebbe esposto al nuovo Coronavirus in “ambito familiare” (Pagellapolitica.it, 2020). In sostanza, applicando una semplicissima operazione di verifica, si può concludere che Conte citi un dato corretto, anche se va preso con le dovute cautele.

Come si ribadisce più volte nel corso dello studio sulla post-verità, infatti, non si può riprodurre una verità assoluta; viene a sostegno, dunque, l’analisi di Bruno Latour quando parla di “interpretazioni” attendibili della stessa, derivanti proprio dal lavoro di laboratorio. In questo caso, il ricorso alla ricerca scientifica può fare la differenza; un “fatto” che deriva da protocolli sperimentali e da costanti osservazioni può considerarsi sufficientemente autorevole da superare la prova del controllo.

Un altro passaggio dirimente del discorso del primo ministro si riallaccia ai numeri sul reddito di cittadinanza: “Fra gennaio e marzo l’Inps ha accolto 109 mila domande in più di reddito e pensione di cittadinanza”. Anche in questo caso, non è difficile provare la tenuta di tale asserzione; l’impegno della piattaforma si limita al confronto con i dati scaricabili dal sito dell’istituto di previdenza sociale, nella sezione dell’Osservatorio sul reddito e pensione di cittadinanza e l’affermazione di Conte trova un’immediata conferma.

“L’età media del nostro personale docente nelle scuole è forse la più elevata in Europa”, sentenzia il Presidente in riferimento all’istruzione pubblica italiana; sta dicendo la verità? In questo esempio, il sito che funge da “fonte di riferimento” per il *fact-checking* è quello dell’Ocse, che accoglie le statistiche elaborate

dall'Eurostat. Secondo i dati più aggiornati dell'istituto di statistica europeo si appura quanto riportato da Conte, riscontrando la minor percentuale di insegnanti under 30 nel territorio nazionale rispetto al resto dell'Europa.

Per riassumere, la piattaforma di "Pagellapolitica.it" attua un controllo sulle dichiarazioni di Giuseppe Conte che, sempre in merito ai "fatti, non commette errori significativi (Pagellapolitica.it).

Prima di concludere, si ribadisca ancora una volta come i nuovi strumenti informatici garantiscano evidenti progressi nella lotta alle *fake news* e alla disinformazione; ciò che è certo, purtroppo, è che il fenomeno può essere arginato, ma mai completamente estirpato, nonostante le evoluzioni e i perfezionamenti che emergono costantemente nelle piattaforme di *fact-checking*. Il perché è stato già anticipato: non sempre i due lati della medaglia, il "fatto" da controllare da un lato e la "fonte" con cui confrontarlo dall'altro, sono facilmente identificabili; nonostante il proliferare di banche dati, istituti di ricerca, operazioni di monitoraggio e quant'altro necessita la verifica di una "verità" come tale, c'è uno spazio virtuale sconosciuto e ampio non può essere misurato con numeri, non può essere rapportato ai fatti reali con cifre, percentuali e ricerche scientifiche. È la dimensione delle emozioni, che non può essere prevista, stimata, calcolata; il coinvolgimento della leva emotiva, delle opinioni personali e di punti di vista strettamente personali sono elementi che difficilmente si prestano al *fact-checking*. Per fare un esempio banale, ma si auspica altrettanto efficace, se un politico dice: "daremo a tutti i disoccupati un bonus da 600 euro" – semplificando il discorso sulla ipotetica somma da destinare a tutti coloro che in fase emergenziale si sono trovati, più o meno temporaneamente, senza lavoro – come è possibile stabilire se ciò che sta dicendo è vero o falso? O ancora, se si sostiene di aver attuato determinate procedure per ottenere un numero sufficiente di mascherine per un tempo stabilito, a quale fonte bisogna attingere per svelare eventuali menzogne?

Non a caso, l'episodio del Coronavirus vede il pullulare *fake news* e il ricamare storie su dichiarazioni pronunciate senza riferimenti certi, in gergo, "campate per aria".

A tal proposito, si rimanda alle riflessioni della Lorusso, quando sostiene che il regime della post-verità, quello dello *storytelling* e quello delle *fake news* convergono in un punto preciso e, da questo, si auto alimentano: la leva emotiva. L'espedito comunicativo che ricalca la centralità delle emozioni, specie da parte di attori politici, è utilizzato appositamente per avere una sensazione di prossimità e protagonismo – si pensi a Conte quando afferma "ce la faremo, torneremo ad abbracciarci più forte di prima" – e l'impressione, inevitabilmente, di poter manipolare il reale: non si può sapere se Conte creda davvero a ciò che sta dicendo, tantomeno se i suoi pronostici ottimistici sono attendibili, ma, intanto, la reazione empatica provocata, suscita adesione e affidamento alle rincuoranti affermazioni.

Con questa analisi conclusiva, si auspica di aver fornito risposte sul perché, oggi, l'informazione è in crisi. Gli stessi giornalisti presenti in conferenza stampa – anche se in collegamento virtuale – prendono nota delle parole del presidente, ma la loro mansione non si esaurisce nella trascrizione della risposta; anche la tipologia di domande rivolte al premier avrebbero dovuto essere ricalibrate in base alla tipologia di messaggio e per poi trasmetterlo dopo una accurata riformulazione da destinare all'opinione pubblica; insomma, si richiede al

giornalista professionista un ruolo attivo, partecipe e competente. Tuttavia, pur riuscendo a ricavare una rielaborazione efficace di un discorso a tratti lacunoso e esitante, – come si è dimostrato quello propedeutico alla “fase 2” – i *gatekeeper* dell’informazione devono tenere in conto che non sempre i fatti “rozzi” che ascoltano, vedono o vivono nel mondo reale, siano effettivamente “reali” anch’essi. Il *fact-checking* aiuta a discernere quanto possibile la verità dalla finzione, ma quando entra in gioco l’aspetto emotivo la garanzia di attendibilità e di una “notizia” dipende soprattutto dal senso critico e consapevole del giornalista esperto.

4.4 Il giornalismo nella postmodernità: un modello per il futuro

“Quando negli anni Novanta si cominciò a parlare di Internet molti amministratori delegati e direttori di giornali non sapevano neppure usare un computer. [...] Il web era percepito come una stravaganza da ragazzini, un nuovo videogioco che sarebbe passato presto di moda. Nelle redazioni, la frase ‘l’ho letto su internet’ era sinonimo di cattiva informazione, di fonti inattendibili e fantasiose”

Vittorio Sabin

Sono proprio le considerazioni di un giornalista ad accompagnare il percorso verso l’imminente traguardo; è proprio partendo dagli albori della Rete, ignota e curiosa protagonista dei primi anni Novanta, che si vuole scortare la ricerca verso l’elaborazione di una “soluzione” definitiva per l’informazione di oggi.

Si è fin qui raccontata la “storia” tra il mondo del giornalismo e quello virtuale partendo dall’ostico primo incontro tra due realtà restie a stringersi la mano e propense a guardarsi solo da lontano. Sono i primi anni ’90, l’Italia è sull’orlo della crisi politica e, nel frattempo, dalla suddetta mancanza di stima reciproca, si scorgono le prime fratture anche tra il modello del quotidiano classico e il suo destinatario per eccellenza: il cittadino. Nel 1990, infatti, si contano 6 milioni e 800 mila copie che ogni giorno, passando per il punto base dell’edicola, giungono direttamente nelle case degli italiani; appena un anno dopo il costante ma ancora fiavole crollo della domanda porta a sfiorare la soglia dei 4 milioni quotidiani venduti (Barbano, 2012). La preoccupazione delle case editoriali è sempre più sferzante: come sopravvivere? Sull’amara questione, dunque, si inizia ad avvicinare lo sguardo su ciò che, nel frattempo, stava accadendo a casa del “concorrente”. Così, mentre le copie vendute dei giornali stava crollando in modo impetuoso, il numero degli iscritti ai nuovi social media era in impennata; il pubblico si stava trasferendo, il “cliente” stava scegliendo un tipo di “prodotto” informativo più innovativo, di tendenza, economico e facilmente reperibile. Sono i primi chiari segnali del futuro stravolgimento del paradigma tradizionale del processo di comunicazione, in cui i protagonisti non sono più solo il giornalista e il lettore: il primo attore continua a dimostrare un approccio scettico verso questo nuovo e “scomodo” partecipante al flusso informativo; il secondo, la grande massa di fedeli lettori, al contrario, fascinati e attratti dal “villaggio internetiano” (Barbano, 2012), cambiano il proprio contesto di ricezione della notizia; il passaggio è chiaro, il “popolo di lettori” passa alla comunità virtuale, cambia veste e diventa “il popolo di utenti”.

Questa trasformazione organizzativa e di ruolo è parallela allo sviluppo delle nuove tecnologie, alla moltiplicazione dei canali di trasmissione, delle piattaforme di pubblicazione; in sintesi, il dominio della Rete sfuma la titolarità istituzionale del giornalista (Barbano, 2012).

Da qui si aprono diversi scenari, è chiaro che l'organizzazione del giornalismo ai tempi del Web 2.0 deve modificarsi, pur mantenendo la propria funzione sociale.

Tuttavia, quello che si riscontra da un primo tentativo di avvicinamento alle dinamiche della Rete, è che i giornali stessi si adagiano al *modus operandi* delle piattaforme; disinibiti e poco reattivi, i professionisti dell'informazione non riescono a interfacciarsi con la massa fluida e diversificata del Web, mentre Internet, grazie ai suoi algoritmi, riesce a "sezionare" l'ampio gruppo di utenti ritagliando per ciascuno il tipo di informazione richiesta; così la targetizzazione e la polarizzazione crea uno spazio immenso, ma articolato al suo interno in tante "bolle", le tanto dibattute *filter bubble*. Quanto riassunto mostra come si giunga al sopraggiungimento, soprattutto identitario, del cartaceo: "Il giornalista della carta stampata, o della televisione, si rivolge ancora a un interlocutore immaginario che rappresenta il prototipo del lettore medio. La grande forza di Internet sta nella possibilità di soddisfare una variegata molteplicità di interessi (Pedemonte, 1998, p. 144); le considerazioni dello scrittore e giornalista Enrico Pedemonte sono esatte, ma colgono solo l'essenza positiva della portata innovativa della comunicazione digitale. È vero, Internet è in grado di elaborare uno "*storytelling* collettivo" (Auletta, 2010) meglio di un qualsiasi giornalista, ma che dire per quanto riguarda la qualità stessa dei contenuti offerti? Qual è la verità nel mondo virtuale? Qui, si spezza una lancia a favore dell'altro soggetto comunque di primo piano per ciò che riguarda la garanzia di "buona informazione", il giornalista. Solo valori come l'accuratezza, l'onestà e l'indipendenza dell'informazione possono garantire la "verità" che la ricerca condotta finora si propone di salvaguardare; Internet è un buon mezzo di diffusione dei contenuti, ma tali principi possono essere garantiti solo dal ruolo autorevole del giornalista.

Per questo, ora, è giunto il momento di cambiare atteggiamento. Non è nello scontro o nella resa che l'informazione tradizionale può sperare di sopravvivere nell'inevitabile convivenza tra il Web e il giornalismo, così come lo abbiamo conosciuto negli anni, ma nella ricerca di un'alleanza costruttiva e vantaggiosa tra le due realtà, coalizzate per sconfiggere la disinformazione e le *fake news*.

La prima riflessione rimanda inevitabilmente alla funzione sociale del giornale. Ripercorrendo sommariamente l'ultimo secolo di storia dell'informazione emerge, prima di tutto, il radicale cambiamento nei modi di dare e di comunicare notizie. Dal momento in cui la stampa si slega dalla censura rinascendo sull'onda della conquistata libertà di espressione come diritto costituzionale pienamente riconosciuto, i giornali intraprendono un percorso dinamico: come è stato anticipato, infatti, sono stati necessari aggiustamenti e trasformazioni continuative per garantire nel tempo lo svolgimento del ruolo affidato ai quotidiani. Il progredire del contesto storico, sociale e politico, ha bisogno di un'informazione altrettanto aggiornata, capace di adattarsi e rispondere alle mutate esigenze. Tuttavia, se inizialmente i cambiamenti del modello cartaceo sono costanti, ma procedono in modo graduale e quasi impercettibile, la funzione sociale ad esso affidata cambia radicalmente e visibilmente solo negli ultimi quindici anni. La televisione prima e la Rete poi, a riguardo, determinano uno

stravolgimento tale nell'impostazione del quotidiano tradizionale da far dubitare che esista una continuità tra il giornale così come nasce e si sviluppa e quello che approda nell'era postmoderna (Barbano, 2012).

Tali conseguenze, giunti in una fase matura della ricerca, non possono che risultare ovvie. La disintermediazione, la globalizzazione, la mediatizzazione e tutti gli altri tratti caratteristici della fase contemporanea, infatti, offrono a tutti la possibilità di conoscere fatti e notizie in tempo reale grazie all'interconnessione e all'apertura dei dispositivi elettronici in possesso del cittadino-utente. Dal ritaglio sul mondo attuale presentato si deduce, innanzitutto, che il "tempo della notizia" – ossia quella in cui avviene il fatto nella realtà – non deve più seguire il "tempo del quotidiano" – vale a dire la sua pubblicazione sul giornale cartaceo – per essere posta all'attenzione del cittadino; quest'ultimo si ritrova a poter attingere in qualsiasi momento a notizie o informazioni in genere in cui è costantemente "immerso". Le potenzialità delle nuove tecnologie, sempre più aperte, diffuse e partecipative, devono per questo essere considerate dirette concorrenti del giornale cartaceo? In altre parole, oltre a dubitare sulla loro eventuale sopravvivenza, si questiona sull'effettiva necessità di garantirla: servono ancora, oggi, i giornali?

Il nodo avanzato rimane l'ultimo aspetto da sciogliere, ma il percorso volge verso le ultime riflessioni forti di tutti gli strumenti necessari per trarre conclusioni ragionate e fondate sulle basi solide edificate nella ricerca.

È chiaro, il giornale così come si è fatto conoscere nella storia, deve reimpostarsi partendo prima di tutto dalla funzione sociale. Certamente, nella fase pre moderna e, in parte, anche negli arbori della modernità l'atto di recarsi in un'edicola, definita come "punto base" dell'informazione, era espressione di una volontà chiara: informarsi; allora, il giornale doveva per prima cosa adempiere al ruolo di "informatore" offrendo "notizie" a chi non ne era ancora a conoscenza. Se con la televisione, la stampa ha iniziato a condividere l'esclusiva con notiziari e trasmissioni di approfondimento, oggi, l'affermazione del "grade spazio" della Rete come produttore e promotore di fatti, potrebbe far pensare che dalla "condivisione" si passi ad una "cessione" dell'attività informativa, quello che nella parte introduttiva del paragrafo è stata designata come una sorta di "resa". Ma il giornalista è, prima di tutto, un componente di quella comunità in cui convogliano competenze, saperi e tutti quei principi preannunciati, l'unico come "antidoto" alla disinformazione collettiva e sintomo che il giornalismo sia un valore imprescindibile della civiltà, di ieri e di oggi. Impossibile, dunque, liquidare e svendere il patrimonio culturale e la formazione compatta che appartiene solo a un vero professionista dell'informazione; in altre parole, il mondo giornalistico non può rassegnarsi, ma adoperarsi alla ricerca di un "patto" proficuo con lo spazio digitale.

Internet e le sue piattaforme, dopo aver rapportato criticità e potenzialità, si sono dimostrate un valido strumento per veicolare e diffondere l'informazione, un bene prezioso che solo grazie alla tecnologia può veramente appartenere a tutti; deve essere sottolineato, tuttavia, come i social media siano stati descritti come un efficiente "traghetto" di fatti e notizie, e, dunque, un mezzo di supporto all'informazione stessa, ma non la sua fonte per eccellenza. È proprio alla luce di quanto argomentato che il giornalista di professione, a maggior ragione, non può scomparire dalla scena dell'informazione. Anzi, l'inevitabile trasformazione che il suo ruolo sociale deve subire, gli attribuisce un obiettivo ancora più arduo.

Per fare chiarezza, in un contesto definito di *overload information* non c'è bisogno di acquistare un giornale per valersi di ulteriori nozioni, quando già ne circolano in eccesso; oltre alle *news*, tuttavia, anche i poteri diventano diffusi immergendosi nella fluidità del Web e la comunicazione stessa è uno di essi. Il giornale, dunque, potere tra i poteri, assume la funzione di “manutentore civile”, rimane il testimone privilegiato di fatti e notizie anche se, negli anni, ha iniziato a condividere questa mansione con altri attori. In merito, si è fatto cenno alla nascita del *citizen journalism*, che deve i natali agli eventi catastrofici dell'11 settembre 2001; la portata della tragedia alletta l'intera comunità globale; questo implica che tante sono le persone coinvolte emotivamente e che dimostrano la loro necessità di “dover essere resi partecipi” proprio per mezzo delle notizie sull'accaduto che iniziano a diffondersi non solo all'interno delle redazioni, ma anche dal “basso”, dalla comunità stessa. Non a caso la tragedia delle Twin Towers si considera uno spartiacque simbolico tra un vecchio e un nuovo modo di informare in cui Internet impone il tempo reale della notizia e, a tal fine, mette in campo una forma inedita di giornalismo che prevede la partecipazione attiva del lettore grazie all'interattività offerta dai nuovi media e alla natura collaborativa della Rete (Barbano, 2012).

In sintesi, lo spazio del Web permette uno scambio diretto e costante di contenuti in tempo reale tra culture, paesi e continenti diversi in cui il cittadino stesso non aspetta più le tempistiche dei giornalisti di professione per informarsi sull'evoluzione di un fatto: da semplici ricettori e produttori stessi di notizie, questa è l'essenza del *citizen journalism* con cui le agenzie tradizionali devono convivere e, laddove è possibile, collaborare. In questo scenario Alessandro Barbano intravede una sintesi piuttosto auspicabile per un modello di giornalismo futuro: ai siti web sarà destinata la notizia dei fatti e ai quotidiani il loro approfondimento.

Questo è possibile perché solo alle spalle di una valida testata giornalistica permane una redazione compatta, strutturata e certificata, in cui lavorano “attori” esperti dediti alla cura e alla promozione quotidiana del proprio ambito di competenza. Uno scenario simile, non si riscontra nella Rete e, tutto sommato, sarebbe anche paradossale per la stessa natura delle piattaforme.

Ognuno, dunque, ha un proprio ruolo; da una parte uno “veicolo dell'informazione” in forma spazio aperto, interattivo, inclusivo e dinamico rappresentato dalle piattaforme digitali; dall'altro, la “fonte per eccellenza” il “supervisore dell'informazione” impersonata dal giornalista professionista. Questa simbiosi è possibile se la società, mentre si avvale dei nuovi dispositivi, continua a riconoscere l'autonomia e il prestigio dei giornali; solo le testate autorevoli, infatti, hanno il diritto di mettere in discussione piccoli e grandi equilibri di comunità di gente informata, promuovendo una corretta fisiologia dei contenuti trasmessi (Barbano, 2012).

Ridefinita la funzione sociale, appare chiara anche l'esigenza di intervenire sulla “forma” dei giornali stessi, apportano migliorie e aggiornamenti nella loro versione “on-line”. A tale scopo, è inevitabile che tra le due dimensioni non possono resistere più filtri; il rapporto tra cartaceo e virtuale deve scrollarsi qualsiasi tipo di scetticismo e avvicinarsi: i giornali, infatti, vinceranno la sfida del futuro solo se riusciranno a coniugare rete e carta, a integrare le redazioni nello spazio fluido di Internet ammorbidendo l'ossatura; infine, sarà necessario rinnovare il linguaggio per aprirsi al dialogo interattivo (De Bortoli, 2012).

Il prototipo del giornalismo 2.0, inoltre, deve tenere in considerazione che – dal momento in cui Internet interagisce sempre di più con la quotidianità – si è diffusa percezione degli spazi virtuali come realtà create a misura d'uomo. In altre parole, alla luce delle loro caratteristiche, le piattaforme vengono considerate delle “piazze” virtuali, dove incontrarsi e condividere opinioni e, così come si farebbe nel mondo reale, lasciarsi andare a qualche gossip (Bardazzi, 2010). Lo sviluppo del Web 2.0, infatti, segna la centralità dell'utente nel processo di partecipazione alla Rete e promuove un universo interconnesso in cui la collaborazione e la condivisione di informazione fanno da collante tra i vari utenti. In più, ed è questa la grande rivoluzione del digitale, il circolo continuo di informazione permette la costruzione di reti sociali; questa prerogativa dei social network, tuttavia, se mal gestita, può causare fenomeni di polarizzazione e contrasti in Rete che, nei casi più gravi, dilagano nell'hate speech. La ricerca condotta ha accolto un dibattito ampio sul tema che confluisce nella creazione di una identità nuova, dislocata allo stesso tempo in spazi reali e virtuali (Barbano, 2012); l'utente consapevole e coscienzioso, dunque, può connettersi con mondi e identità diverse senza confondere i confini che dividono le dimensioni.

Anche i giornali, dunque, devono avvalersi di questa consapevolezza, approdando al digitale senza snaturare la funzione ribadita in precedenza. Gli ingredienti necessari per un'efficacia comunicativa giornalistica sulle piattaforme digitali sono essenzialmente tre: rapidità, brevità, e ipertestualità. Fermo restando che per un certo tipo di approccio analitico e approfondito con i fatti permangono i quotidiani cartacei, nei tempi e negli spazi della Rete è doveroso, invece, ricorrere a messaggi veloci, sintetici, ma che al tempo stesso tutelino l'essenza della verità riportata. Infine, essendo internet un mondo interconnesso, è necessario garantire all'utente una navigazione a 360°, sfruttando al massimo l'ampiezza informativa di cui godono gli archivi virtuali¹⁵.

Riassumendo, dopo aver predisposto le caratteristiche centrali del “giornalismo del futuro” emerge con vigore come si può giungere alla sua effettiva realizzazione andando oltre il nucleo ristretto della redazione tradizionale, coinvolgendo e collaborando con nuovi “attori” che più o meno direttamente condividono con il giornalista la nuova funzione sociale di supervisor dell'informazione. Si allude, in particolare, ad un inevitabile ampliamento del campo giornalistico che lo renda più coerente con la realtà in cui esso continua a operare quotidianamente (Zelizer, 2017). A tale scopo, dovranno essere riconsiderati, in primo luogo, gli spazi e i tempi di azione dell'attività giornalistica; in precedenza, si è fatto cenno al “tempo della notizia” sempre più coincidente con il “tempo reale”; nell'attuale sistema mediatico, infatti, quasi tutti gli eventi “notiziabili” si svolgono sotto gli occhi di tutti nel momento stesso in cui il “fatto” si sta formando”, per queste ragioni, la loro esposizione al pubblico non può prescindere dalla rapidità e dalla diffusività degli strumenti offerti dalle nuove tecnologie, senza le quali, l'attività giornalistica si troverebbe in affanno. In secondo luogo, proponendo un modello giornalistico futuro che oltrepassi i propri confini, si fa riferimento anche all'inclusione di nuovi

¹⁵ Per approfondire la struttura di una “redazione on-line” si rimanda alla consultazione dei classici manuali di giornalismo; l'elaborato rimanda, a tal proposito, il *Manuale di giornalismo* di Alessandro Barbano (In collaborazione con Vincenzo Sassu), Laterza Editori, 2012.

attori, prima lasciati ai margini, ma che ora diventano centrali per il confezionamento di un'informazione completa e attendibile. Si pensi ai blogger, ai *citizen journalists*, ai reporter, ecc. Lo studio richiama più volte queste figure non propriamente “professionali”, escluse dalla comunità giornalistica proprio perché, il più delle volte, considerate un pericolo per la “purezza” e la stessa “autorevolezza” dell'informazione. Ora, una volta chiarito il ruolo inestirpabile del giornalista di professione, fulcro di competenze e saperi certificati, è possibile riflettere sulla funzione di questi soggetti con minor spirito critico. Si ricordi, infatti, che l'obiettivo del “post-giornalismo” è quello di una convivenza fruttifera con la Rete, ma questo passaggio non può prescindere dalla costante interlocuzione con i suoi “attori”. Anche in questo caso, dunque, la cerchia dei giornalisti può – o meglio, deve – allargare i confini, pur sempre nel rispetto del gap tra ruoli e competenze in gioco.

In sintesi, per realizzare un efficiente modello di giornalismo 2.0, anche la rigida struttura redazionale dovrà diventare più fluida, coinvolgente, aperta e inclusiva; il giornalismo online offrirà un modello solido e duraturo solo laddove si presti alle peculiarità della Rete appena ricordate. Tuttavia, non bisogna interpretare questo contraccambio di caratteristiche come ad una corrispondente fusione dei ruoli; l'obiettivo rimane immutato: realizzare un mutuo adattamento rispettando le funzioni di “produttore”, “supervisore” e di “corriere” di notizie e fatti.

Insomma, la stampa tradizionale continuerà a sopravvivere, probabilmente si sentirà sempre più parlare di un “modello per il futuro” con un passaggio dall'offline all'online, opportunamente aggiornato e al passo con i tempi; ma la certezza e la garanzia di una buona riuscita dipenderà dal fatto che le funzioni da essa ricoperte saranno mantenute, anzi, dovranno diventare sempre più autorevoli e necessarie al fine di poter parlare anche nell'epoca del “post” di “credibilità dell'informazione”.

Conclusioni

“Nuove forme di discussione e di giornalismo aperte al contributo degli utenti della rete, così come l’uso dei media sociali da parte delle istituzioni politiche e dei movimenti, hanno creato una sfera pubblica in rete di nuovo tipo. La retorica di democrazia che avvolge questi cambiamenti non deve però impedirci di valutare i problemi e le domande aperte dall’uso dei media digitali nel dibattito politico.

Con le nuove tecnologie nascono anche nuove forme di censura e controllo sociale e i poteri esistenti possono risultarne rafforzati anziché indeboliti. [...] L’individuo in rete appartiene a una pluralità di sistemi relazionali, comunità o pubblici organizzati attorno a passioni o interessi comuni.

Gli individui sono in grado di scegliere il proprio grado di coinvolgimento in diversi pubblicati dedicati a passioni e interessi diversi. [...] i media sociali o social network sono al centro di questo cambiamento, dato che forniscono nuove ribalte per la costruzione dell’identità e costituiscono le piattaforme su cui nuovi pubblici possono”.

Arvidsson Adam

Lo studio proposto presenta e approfondisce in modo esauriente l’origine, il significato, e tutti i componenti che caratterizzano la post-verità. Il concetto, infatti, viene utilizzato come perno a vari attributi che partono e confluiscono in essa, generando un circuito denso di relazioni sociali, politiche e mediatiche su cui si erge la postmodernità.

La traccia della credibilità dell’informazione in un contesto sempre più fluido e disaggregato funge da collegamento con l’ecosistema giornalistico in difficoltà: la serie infinita di fonti e la marea di informazioni disponibili nel contesto illustrato producono un rumore di fondo in cui si percepisce la “crisi” che agguanta l’informazione di qualità; questo è il nodo che l’elaborato si propone di sciogliere.

A riguardo, è stato evidenziato come il passaggio dall’editoria tradizionale a quella digitale abbia sconvolto il modello di base utilizzato per elaborare notizie e fornirle al pubblico; di conseguenza, a modificarsi è stato anche il rapporto dei cittadini con l’informazione stessa: se prima si andava direttamente alla fonte che si riteneva più affidabile e più autorevole ora, nell’ecosistema fondato sulle logiche del Web, si garantisce l’accesso agli utenti solo a “frammenti” di informazioni (Barbano, 2012).

Per queste ragioni, al fine di comprendere l’origine e le cause del problema, è stata data rilevanza al ruolo individuo come singolo e come membro di una comunità sociale ripercorrendo le sue evoluzioni in un dinamico excursus storico, pur mantenendo l’elemento fisso dell’aspetto relazionale, connaturato alla natura dell’essere umano; ognuno, infatti, attiva strategie comunicative che tentano di gestire – in modo più o meno consapevole – le impressioni che egli intende suscitare negli altri interlocutori; a tal proposito, è stato dimostrato come nella vita quotidiana tutti, potenzialmente, possono essere soggetto e oggetto di manipolazione.

In seguito, con la rivoluzione postmoderna, le nuove tecnologie e l’ascesa dei social media in qualità di veicolo privilegiato dai flussi comunicativi, è stata registrata una sorta di concentrazione e amplificazione di tale potere manipolativo, sospettando le nuove piattaforme di sostenere con troppo vigore l’intento distorsivo degli attori che se ne servono. L’inevitabile conseguenza è stata quella di mettere in discussione la centralità

delle testate tradizionali come *gatekeeper* dell'informazione (Barbano, 2012), e la loro stessa capacità di fornire informazioni precise e dettagliate per arginare lo sviluppo di fatti “post-veritativi” pullulanti nella Rete.

Questo “peccato originale” delle nuove ICT, tuttavia, viene smussato dal parallelo sviluppo di strumenti di controllo che, a seconda dei contesti, si sono rivelati idonei ad arginare la diffusione di informazioni distorte; il rilievo con cui è stato trattato il *fact-checking*, infatti, accende un barlume di speranza sulla possibilità di contrastare la disinformazione sociale avvertita, riconoscendo al Web il tentativo recente di promuovere nei suoi canali notizie affidabili e certificate. Ciononostante, è il volume numerico dei contenuti immessi, in uno spazio altrettanto ampio, a ostacolare l'attività del *chek*, impedendo una totale immunità delle piattaforme al contagio di informazioni false.

Inoltre, le stesse regole del pluralismo virtuale pongono un limite all'esercizio di limitazione e controllo dei contenuti; non a caso, in un contesto in cui a dominare sono logiche di “libero accesso e libera circolazione”, le logiche operative dell'algoritmo, così come spiegate, scorgono la possibilità di offrire un'informazione frammentata, riportando avvenimenti e problematiche sociali in modo non uniforme e indirizzata in base ai punti di vista, alle preferenze e alle opinioni espresse dagli utenti: quanto descritto, è stato definito come “informazione personalizzata”, complice di una eccessiva polarizzazione dei contenuti in Rete e della creazione delle discusse *filter bubble*.

L'istinto naturale di quanto illustrato è stato puntare il dito contro il social media che, come sostengono la maggior parte dei commentatori, alimentano sistemi informativi “meno veritieri”. La maggioranza di coloro che hanno mostrato interesse nel fenomeno della post-verità, infatti, si mostra concorde nell'utilizzare il concetto affiancandolo proprio al ruolo dei social media – in particolare dei nuovi network – nella diffusione delle *fake news*; la tesi prevalente è la seguente: siamo in un mondo che non distingue più il vero dal falso, e le notizie false si diffondono grazie ai social media (Pireddu, 2016). Inoltre, come ha scritto il politologo Francis Fukuyama, con l'accesso a nuovi spazi informativi online si assiste al declino della fiducia più volte richiamato nel corso dell'elaborato.

L'approccio giustizialista verso l'ecosistema digitale, tuttavia, sono state moderate rintracciando l'origine della crisi di credibilità dell'informazione nello scarso ricorso alla consapevolezza nell'utilizzo dei nuovi strumenti – degli utenti, dei politici e dei giornalisti – più che nella tecnologia in sé.

Nell'intento di verificare la tenuta di tali conclusioni, sono state discusse anche le trasformazioni in atto nella comunicazione politica e gli stravolgimenti nelle modalità di “fare informazione” da parte delle grandi agenzie di stampa; è stata segnalata, infatti, la sopraggiunta dei “padroni” di Internet agli attori della scena politica e informativa, sovvertendo le logiche e le gerarchie consolidate (Gili, Maddalena, 2017). Questa inversione di tendenza, come è stato dimostrato, è promossa dai processi di disintermediazione nel campo della comunicazione.

A questo punto, il dibattito ha coinvolto inevitabilmente la parte giocata dalle piattaforme social nel settore dell'informazione; le versioni proposte oscillano tra l'identificazione di sfere pubbliche virtuali come luogo

di democrazia, uguaglianza e partecipazione e spazi delle Reti che creano isolamento, assenza di confronto e, appunto, incoraggiano una realtà post-fattuale (Pireddu, 2016).

È lampante dunque, giungere ad una prima conclusione per cui – allorché sempre più soggetti sono “auto-legittimati” a produrre, commentare, redistribuire, modificare, alterare e falsificare le notizie – la post-verità segni anche la “fine del giornalismo” come funzione sociale specializzata, che può rilanciare il suo ruolo solo riappropriandosi del plus di professionalità che la contraddistingue, garantendo la verifica delle fonti anche nello spazio virtuale e, infine, promuovendo la capacità di interpretazione e approfondimento dei fatti (Gili, 2017).

Anche secondo il sociologo Piero Dominici il problema educativo/formativo è una dimensione strategica essenziale se l'intento è quello di affrontare i rischi ai quali vanno incontro le moderne democrazie. Infatti, il vero pericolo rappresentato dalla post-verità emerge dal momento in cui non esiste più nessun criterio per distinguere i discorsi validi da quelli meno validi e si impongono i discorsi e le idee dei soggetti più potenti, organizzati o aggressivi (Dominici, 2018).

Non è possibile, dunque, rassegnarsi al tramonto dell'informazione autorevole così come il giornalismo tradizionale ha abituato a intendere e che, non a caso, è alla base della propria funzione sociale di ieri e di oggi. C'è ancora bisogno di verità, e questo è innegabile; per quanto le nuove tecnologie promuovano la creazione di nuovi significati e consentano con troppa superficialità di servirsene a scopi manipolativi, è stato anche evidenziato il “buono” che si cela dietro al potenziale emancipativo delle piattaforme social, ed è questo il punto indicato per effettuare il “ripristino” dell'informazione.

La sfera pubblica come punto di incontro, confronto e condivisione – la cui essenza ha accompagnato tutta l'evoluzione della ricerca – può, in conclusione, propagarsi anche nella nuova fase postmoderna; lo spirito democratico e partecipativo può rinsaldarsi anche attraverso i canali inediti di accesso e partecipazione digitali; l'informazione, e con essa la “verità” di cui si fa portatrice, può e deve contenere “chi” o “cosa” sta tentando di farla andare oltre i confini consentiti, trasformandola, appunto, in post-verità.

La soluzione, infatti, si trova in questo snodo: nel rispetto del proprio perimetro di competenza da parte di tutte le sfere sociali più volte tirate in ballo nel corso dell'analisi.

Il cittadino, in quanto tale, deve riappropriarsi del proprio senso civico e critico, consapevole dei diritti e dei doveri che lo riguardano, anche nella sua versione di “utente”; a tal proposito, il sociologo Gili suggerisce di ricercare nelle relazioni umane il confronto con l'altro, senza reticenze o sudditanze con le informazioni provenienti dal mondo esterno e da una pluralità di emittenti: solo così sarà possibile perseguire un'educazione non scettica al pensiero critico (Gili, 2017).

Il politico, in qualità di rappresentante del popolo, deve sfruttare la possibilità di riavvicinarsi al proprio elettorato offerto dal nuovo punto di incontro virtuale, senza, con ciò, far venir meno lo spirito istituzionale e il ruolo ricoperto. Riagganciandosi al caso di studio sulla comunicazione istituzionale nella fase 1 e 2 del Coronavirus, viene a galla proprio la necessità di un corpo istituzionale che sia trasparente ed effettivamente rappresentante delle esigenze della comunità; la competenza e l'autorevolezza richieste ad una pubblica

autorità, che sia il Presidente del Consiglio nazionale o il sindaco della regione, precedono la “socialità” e la popolarità sfoggiate tramite i social network; questo, è bene ribadirlo, non solo in una fase emergenziale.

Il giornalista, infine, deve considerare le tecnologie moderne un supporto di diffusione, non un’alternativa o, peggio, un “erede” a cui “scaricare” il compito di informare l’opinione pubblica. Le notizie, in quanto tali, devono rimanere autorevoli, credibili e affidabili affinché sopravviva anche la verità insita in esse. È giusto, dunque, che i principali attori sociali si reinventino nel mutato scenario storico; i nuovi formati possono essere una valida occasione per raccontare le stesse storie, ma con modalità diverse, un’opportunità per recuperare il rapporto con i lettori che rimangono tali anche in versione di “utenti” e farlo non più in modo unidirezionale, ma sfruttando la multidirezionalità del Web. Questo implica cambiare le modalità di azione, ma non la funzione sociale per cui il giornalismo nasce ha avuto ragion di esistere nel corso di tutte le epoche storiche ripercorse.

“Affermare in questo contesto valori come l’accuratezza, l’onestà e l’indipendenza dell’informazione, ancorando il diritto di cronaca ai principi costituzionali di un paese, non è una sfida corporativa ma coinvolge una prospettiva culturale più ampia, che impone di considerare il giornalismo come un valore centrale della civiltà, un richiamo costante a una dialettica in cui tutti- forti e deboli – abbiano lo stesso diritto di fare valere le proprie ragioni” (Barbano, 2012, p. 14). Oggi, più che mai, la consapevolezza e il rispetto del proprio ruolo sono sinonimo di credibilità, condizione intrinseca di ogni relazione comunicativa e l’unica possibilità di salvezza per l’informazione.

Bibliografia

- Arvidsson, A. (2013). *Introduzione ai media digitali*. Il Mulino, Bologna.
- Allcott H., Gentzkow M. (2017). *Social Media and fake news in the 2016 election*. National Bureau of Economic Research. Working paper, No 23089. p.2, <http://www.nber.org/papers/w23089>
- Arendt, H. (1995). *Verità e politica*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Arendt, H. (2004). *Le origini del totalitarismo*, Einaudi, Torino.
- Auletta, K. (2010). *Effetto Google*. Garzanti. Milano.
- Battista, J., & Attivissimo, P. (2012). *Bufale: manuale di difesa contro le balle dei media*. Roma: Editori Internazionali Riuniti.
- Barthes, R. (1966). *Introduction à l'analyse structural des récits*, in "Communications", n. 8, 1, pp. 1-27 (trad. it. *Introduzione all'analisi strutturale dei racconti*, in *L'analisi del racconto*, Bompiani, Milano, 1969).
- Baudrillard, J. (1995). *Introduction à l'analyse des réctis*, in "Communication", n. 8 (trad. it. *Introduzione all'analisi strutturale dei racconti*, in AA.VV., *L'analisi del racconto*, Bompiani, Milano, 1969).
- Bolter, J., Grusin, R., & Marinelli, A. (2002). *Remediation: competizione e integrazione tra media vecchi e nuovi*. Milano: Guerini e associati.
- Bordogna, L. (1974). *Il Concetto di «Sfera Pubblica» In Habermas e le sue matrici culturali*. *Studi Di Sociologia*, 12(2), 229-250. Retrieved April 21, 2020, From www.Jstor.Org/Stable/23003092
- Bovone, L. (2008). Dai fatti ai «faticci»: conoscenza scientifica e senso comune oggi. *Studi Di Sociologia*, 46(2), 137-157. Retrieved January 13, 2020, from www.jstor.org/stable/23005209
- Bruns, A. (2019). *Filter bubble*. Internet Policy Review, 8(4). DOI: 10.14763/2019.4.1426
- Cosenza, G. (2018). *Semiotica e comunicazione politica*, Laterza, Bologna.
- Costa, V. & Gili, G. (2014). *Raccontare il mondo della vita: una sfida per il giornalismo*, in "Problemi dell'informazione, Rivista quadrimestrale" 3/2014, pp. 301-336, doi: 10.1445/79206.
- Dal Lago, A. (2017). *Il populismo digitale. La crisi la rete e la nuova destra*. Cortina Editore, Milano.
- Davies, W. (2019). *Nervous States: Democracy and the Decline of Reason*. trad.it. *Stati nervosi, come l'emotività ha conquistato il mondo*. Torino, Einaudi, 2019.
- De Blasio, E. (2014). *Democrazia digitale: una piccola introduzione*. Roma, LUISS University Press.
- De Blasio, E. (2018). *Il governo online*. Roma, Carocci editore.
- De Blasio, E. (2019). *E-democracy*. Milano, Mondadori università.
- Eco, U. (1979). *Lector in fabula. La cooperazione interpretativa nei testi narrativi*. Bompiani, Milano.
- Eco, U. (1984). *Semiotica e filosofia del linguaggio*. Einaudi, Torino.
- Eco, U. (2007). *Dall'albero al labirinto*. Bompiani, Milano.
- Ferraris, M. (2017). *Postverità e altri enigmi*. Il Mulino, Bologna.
- Fontana A. (2016). *Storytelling d'impresa la guida definitiva*. Hoepli, Milano.

- Gaggi, M., & Bardazzi, M. (2010). *L'ultima notizia. Dalla crisi degli imperi di carta al paradosso dell'era di vetro*. Rizzoli, Milano.
- Gardini, G. (2017). *Le regole dell'informazione. L'era della postverità*, Giappichelli, Torino.
- Geertz, C. (1973), *The Interpretation of Cultures*, New York, Basic Books; trad. it. *Interpretazione di culture*, Il Mulino, Bologna, 1998.
- Gili, G. (2001), *Il problema della manipolazione: peccato originale dei media*, Francoangeli, Milano.
- Gili, G. (2010). *La credibilità del giornalismo*.
- Gili, G. (2005). *La credibilità: quando e perché la comunicazione ha successo*. Soveria Mannelli: Rubbettino.
- Riva, G. (2017). *Interrealtà: reti fisiche e digitali e post-verità*. Il Mulino, Bologna.
- Giorgino, F., & Morcellini, M. (2017). *Giornalismi e società: informazione, politica, economia e cultura*. Milano: Mondadori università.
- Grusin, R.A. (2017). *Donald Trump's Evil Mediation*. *Theory & Event* 20(1), 83-99. <https://www.muse.jhu.edu/article/650865>.
- Lambert J. (2013). *Digital Storytelling. Capturing lives, creating community*. Routledge, New York.
- Latour, B. (1996). *Petite réflexion sur le culte moderne des dieux fatiches*, Les empecheurs de penser en rond, Paris (trad. it. *Il culto moderno dei fatticci*. Meltemi. Roma, 2005).
- Lee, Y., & Shin, W. (2015). *Marketing tradition-bound products through storytelling: a case study of a Japanese sake brewery*. *Service Business*. pp. 285
- Lilleker, D. (2006). *Key Concepts in Political Communication*. Sage, London.
- Lorusso, A. M. (2017). *Postverità*. Editori Laterza, Bari, 2018.
- Lotman, J & Uspenskij, B. (1975). *Tipologia della cultura*. Bompiani, Milano.
- Maddalena, G. & Gili, G. (2017). *Chi ha paura della postverità? Effetti collaterali di una parabola culturale*, Marietti, Genova.
- Marini, R. (2017). *Potere dei media, interdipendenza tra poteri e pluralismo dell'informazione*, in "Problemi dell'informazione, Rivista quadrimestrale" 1/2017, pp. 3-30, doi: 10.1445/86113.
- Marletti, C. (2010). *La repubblica dei media: l'Italia dal politichese alla politica iperreale*. Il Mulino, Bologna.
- Mazzoleni, G. (2004). *La comunicazione politica*. il Mulino, Bologna.
- Mazzucchelli C. (2017). *Bufale, post-verità, fatti e responsabilità individuale*. Edizione ebook Delos Digital srl, Milano.
- Mensi, M. & Falletta, P. (2018). *Il diritto del Web*. Seconda edizione, Wolters Kluwer, Milano.
- McIntyre, L. (2019). *Postverità*. UTET Università. Trad. it. Alessandro Lanni.
- Norris, P. (1997). *The Rise of Postmodern Political Communication*, in Id. (a cura di), *Politics and the Press, The News Media and Their Influence*, Lynne Rienner, Boulder, Colo.
- Panarari, M. (2019). *Uno non vale uno*. Marsilio, Venezia.
- Pariser, E. (2011). *The Filtre Bubbles*. Penguin. London (trad. it. *Il Filtro*, il Saggiatore, Milano, 2012).

- Pedemonte, E. (1998). *Personal media*. Bollati, Torino.
- Pedemonte, E. (2010). *Morte e resurrezione dei giornali: chi li uccide, chi li salverà*. Garzanti, Milano.
- Piattelli-Palmarini, M. (2005). *La cognizione dell'errore. Divertente articolo di uno psicologo cognitivo sugli errori più comuni (prevalentemente poco gravi) dovuti alla mancanza di controlli*.
- Sabadin, V. (2007). *L'ultima copia del "New York Times": il futuro dei giornali di carta* (2. ed. accresciuta / con una nuova introduzione dell'autore e una prefazione di Gianni Riotta). Donzelli, Roma.
- Salmon C. (2008). *Storytelling la fabbrica delle storie*. Fazi Editore, Roma.
- Scandaletti, P., Sorice, M., & Andrei, A. (2010). *Yes, credibility: la precaria credibilità del sistema dei media*. Roma: Ucsi.
- Silverstone, R. (1999), *Why Study the Media*, London, Sage; trad. it. *Perché studiare i media*, Il Mulino, Bologna 2002.
- Silverstone, R. (2007), *Media and Morality. On the Rise of the Me- diapolis*, London, Polity Press; trad. it. *Mediapolis. La responsabilità dei media nella civiltà globale*, Vita & Pensiero, Milano, 2009.
- Sorice, M. (2016). *La comunicazione politica*. Carocci editore, Roma.
- Sorrentino, C., Bianda, E. (2013), *Studiare giornalismo. Ambiti, logiche, attori*, Carocci, Roma.
- Sorrentino, C. (2018). *Alle radici della post-verità*, in "Problemi dell'informazione, Rivista quadrimestrale" 1/2018, pp. 155-157, doi: 10.1445/89620.
- Travaglio, M. (2006). *La scomparsa dei fatti*. Il Saggiatore, Milano.
- Zelizer, B. (2017). *What journalism could be*. Cambridge, Polity.

Sitografia

- Baldolini, S., *La pandemia passerà, l'infodemia resta*, "Huffingtonpost.it", 5 febbraio 2020.
- Cavarero, A., *La "post-verità" da Platone fino a Trump*, "Il Corriere della Sera", 18 giugno 2017.
- Carioli, A., *La curiosa storia del nuovo populismo*, "Focus", 24 maggio 2019.
- Del Vigo, F. M., *I giornali mascherine contro l'ignoranza*, "Il Giornale", 14 marzo 2020.
- Giacomini, G., *Perché il populismo digitale minaccia la democrazia*, "Micro Mega", 10 gennaio 2019.
- Dominici, P., *Fake News and Post-Truths? The "real" issue is how democracy is faring lately*, "Il Sole 24 Ore", 2018.
- Gili, G. Maddalena, G., *Dove nasce la post-verità – indagine sulla svolta culturale che ha trasformato le bufale in problema ingovernabile*, "Il Foglio", 8 dicembre 2017.
- Guerrini, F., *Fact-Checking: una moda o no?*, "L'Espresso", 4 marzo 2013.
- Macioce, V., *Se il Covid-19 assomiglia a una fake news*, "Il Giornale", 17 marzo 2020.
- Magnani, C., *Libertà di espressione e fake news, il difficile rapporto tra verità e diritto. Una prospettiva storica*, "Costituzionalismo.it", 4 aprile 2019.
- Meineck, S., *Perché la filter bubble è la metafora più stupida di internet*, "Motherboard", 15 maggio 2018.

Pagella Politica, *International fact-checking day is today*, “Pagellapolitica.it”, 2 aprile 2019.

Pagella Politica, *Il fact-checking del discorso di Conte sulla “fase 2”*, “Pagellapolitica.it”, 27 aprile 2020.

Petrelli, V., *La comunicazione ai tempi del Coronavirus, intervista a Gianluca Comin*, “Riformismoesolidarietà.it”, 8 aprile 2020.

Pireddu, M., *Storia naturale della post-verità*, “DoppioZero”, 1° dicembre 2016.

Redazione, *Post-verità e politica, il connubio perfetto*, “Il format.info”, 25 maggio 2018.

Salomon, C., *Populismo e post-verità*, “Verità e politica – eddyburg.it”, 24 dicembre 2016.

Soll, J., *The long and Brutal History of Fake News*, “Politico”, 18 dicembre 2016.

Testa, A., *Vivere ai tempi della post-verità*, “Internazionale”, 22 novembre 2016.

Toni, G., *Illusioni partecipative. Il populismo nella/della rete nell’era della post-verità*, “Carmillaonline.com”, 24 settembre 2017.

Viner, K., *The rise of the reader: journalism in the age of the open web*, “The Guardian”, 9 ottobre 2013.

Il presente elaborato si pone l'obiettivo di argomentare gli sviluppi della funzione sociale del giornalismo italiano, confrontando differenti tesi e sintetizzando un'analisi accurata sul ruolo dell'informazione nel mondo attuale. Il fine è quello di comprendere come e se la figura del giornalista di professione può fungere da ago della bilancia nello scenario postmoderno salvaguardando la credibilità dell'informazione stessa.

Sono proprio le peculiarità dell'ultima fase storica trattata, quella postmoderna, ad alimentare il dibattito introdotto. Il pericolo per un'informazione autorevole e affidabile affiora in un contesto di alluvione informativa riprodotto da Internet e dalle nuove tecnologie; la disintermediazione del Web 2.0, infatti, avalla il bombardamento continuo e caotico di messaggi, slogan e suggestioni (Costa, Gili, 2014).

Si apre, dunque, la seguente questione: poiché con i nuovi media tutti possono reperire, creare e diffondere notizie si corre il rischio di perdere i confini tra la professione giornalistica e le altre pratiche di narrazione, commento e socializzazione di informazioni (Gaggi, Bardazzi, 2010) che nulla hanno a che vedere con la funzione svolta dalle agenzie informative. La sfida per il giornalismo postmoderno, dunque, deve essere quella di ricalibrare i rapporti con il mondo digitale che si sta sviluppando parallelamente a quello reale, interagendo con esso anche usufruendo dei nuovi spazi virtuali per "reinventarsi", sempre mantenendo la responsabilità sociale di informare.

Il quadro proposto, inoltre, tiene costantemente conto dell'influenza della post-verità, ormai affermata antagonista del comparto informativo, e non solo. La soluzione non può non tener conto del fenomeno e del contesto in cui si erge: la post-verità si nutre della postmodernità, un tessuto decisamente ostico per la tutela della "verità dei fatti", caposaldo della deontologia giornalistica. Tuttavia, l'alterazione della realtà non giunge senza preavviso; alcuni tra i campanelli di allarme si rintracciano nella commistione tra pubblico e privato, nella perdita del rispetto della privacy, nello sfruttamento di chi è debole e vulnerabile e, infine, nel crollo delle distanze e delle differenze che fa assistere ad una sovrapposizione dei ruoli a cui si è fatto cenno. Ripercorrendo le origini e le evoluzioni di quanto esposto, la tesi propone un excursus storico che apre uno spiraglio sul ruolo dell'informazione negli anni fino al contesto odierno dove – profittando proprio dell'erosione dei confini tra ciò che è reale e immaginario, tra realtà e finzione e, di conseguenza, tra una notizia certificata e altre fonti di intrattenimento – la *post-truth* si impone cavalcando l'orda emotiva che assorbe la comunità attuale.

Introdotta il tema generale, l'ambizione della ricerca sta nel dimostrare come l'irruzione della Rete e delle nuove piattaforme social contribuiscano all'affermazione del fenomeno, ma non alla sua origine.

Si anticipa, inoltre, come il problema per l'informazione non si imputi solo alla diffusione dei nuovi canali di comunicazione; la teoria di alcuni studiosi, infatti, è che questi ultimi offrano spazi aperti, inclusivi e dinamici in cui tutti possono partecipare e informarsi attivamente; il rischio, dunque, si cela dietro le logiche di funzionamento spesso incontrollate degli stessi, per cui, oggi, si assiste alla volgarizzazione di ciò che è serio e alla

legittimazione di ciò che è banale all'interno di questi “spazi” (Silverstone, 2007) e la collaterale proliferazione indisturbata di notizie false.

La tesi, dunque, si sviluppa oscillando tra i “pro” e i “contro” delle ICT, riportando opinioni ottimistiche che vedono la Rete come un luogo di scambio informativo, di messa a punto di politiche e di sviluppo di processi deliberativi (De Blasio, 2018), ad altre più conservatrici e scettiche, che riscontrano una chiara diminuzione del peso stampa tradizionale nella sua funzione di “indirizzare i cittadini”. Spaziando tra diversi punti di vista si azzarda un quadro di sintesi che evidenzia come la libertà proposta dai social media per esprimere e diffondere opinioni personali, contenuti e vari tipi di materiale “informativo” sia, in realtà, limitata. Il mondo digitale, infatti, offre una quantità di contenuti superiore a quella del semplice quotidiano cartaceo; di conseguenza, anche le fonti da cui provengono fatti e notizie si moltiplicano, offrendo versioni diverse e non sempre affidabili di uno stesso avvenimento. Se, da un lato, il giornalista setaccia e filtra le notizie prima di consegnarle all'opinione pubblica, confezionando un “prodotto informativo” quanto più possibile epurato da falsità, dall'altro, nel mondo virtuale, opera un attore ignoto; a dominare, infatti, è il meccanismo di funzionamento dell'algoritmo, che seleziona i contenuti sulla base della loro visibilità, potenzialità di condivisione e diffusività. Si introducono così le peculiarità del mondo virtuale – ampiamente argomentate nello studio – che favoriscono una sorta di “illusione partecipativa della Rete” (Dal Lago, 2017) e alimentano fenomeni quali le *echo chambers* e le *filter bubble* a cui si dedica buona parte della ricerca.

Giunti in una fase matura della trattazione, è possibile comprendere meglio il *fil rouge* dell'elaborato. Sulle prerogative della postmodernità precedentemente esposte, infatti, si fonda la post-verità. Il neologismo va proprio a riassumere una serie di fenomeni preesistenti che, con la Rete, cessano di essere “latenti” e emergono in superficie. Uno di questi è la preannunciata percezione di autenticità e democraticità trasmessa dall'essere parte di una comunità “virtuale” che porta inevitabilmente a considerare qualsiasi notizia, fatto o contenuto che si incontra come “vero”. In altre parole, nello spazio-tempo di Internet, una notizia, per il solo fatto di circolare, corrisponde a un fatto reale; si consideri, poi, come in tale contesto una *news* possa essere attivata da una qualsiasi fonte, naturale, scritta, visiva o digitale (Dal Lago, 2017, p. 64): le ripercussioni luttuose per l'informazione di qualità sono, dunque, inevitabili.

In sintesi, ciò che si vuole dimostrare riportando tali scenari, è come dal momento in cui un contenuto entra nei meccanismi di diffusione della Rete ci si deve necessariamente adeguare alle sue tempistiche e alla sua inedita “linea editoriale”; la regola prioritaria da seguire è chiara: se una notizia circola nelle piattaforme non deve adempiere l'intento prioritario di informare, ma quello di diventare virale e quindi presumibilmente “vera”, anche se non ha alcun tipo di fondamento reale. Ecco perché si giunge a parlare di “crisi di credibilità dell'informazione”.

Tuttavia, la tesi rimarca a più riprese come la distorsione dei fatti, l'offuscamento della verità e la manipolazione psicologica della collettività – che sono i capisaldi della post-verità – non siano eventi del tutto nuovi: la menzogna e la manipolazione sono concetti di vecchia data di cui è necessario ripercorrere l'evoluzione nella storia al fine di percepirne l'influenza nel mondo contemporaneo.

Dunque, al fine di comprendere meglio le origini dell'argomento di interesse – la *post-truth* – e le sue relazioni con il *newsmaking* attuale, la ricerca propone nel primo capitolo un breve focus sulla storia dell'informazione nel contesto storico italiano. Il periodo considera, in particolare, la fase di ampliamento della libertà di espressione e del volume della circolazione di giornali in Italia dalla sua unità ad oggi; i secoli di storia si sintetizzano nei tratti ritenuti più rappresentativi dell'era premoderna, moderna e postmoderna; ad essere trattati, infatti, sono solo i *turning point* decisivi al fine di segnalare le trasformazioni subite dal modo di informare il pubblico e le reazioni di quest'ultimo. Il percorso proposto parte dai primi riconoscimenti costituzionali di una stampa libera da censure all'effettiva proliferazione di quotidiani di massa a livello nazionale, ma l'intento di dare rilievo al ruolo della comunicazione informativa non limita l'analisi al settore del giornalismo classico: il focus sull'evoluzione storica include anche le trasformazioni attraversate da altre sfere, distinte tra loro, ma strettamente dipendenti l'una dall'altra: l'apparato mediatico, l'arena politica e la comunità sociale.

La scelta di adottare uno schema che dia risalto all'interazione tra i principali comparti sociali nel corso del tempo consente di percepire con immediatezza i riflessi di Internet e dei social media nel sovrapporsi ad essi culminando nell'attualità.

A tal fine, il lavoro segue un preciso decorso temporale considerando il potere dei media – dai giornali, alla televisione, fino alle nuove piattaforme social – nel definire le regole di plausibilità delle rappresentazioni della realtà, che diventano vere e proprie regole di interazione tra i tre settori analizzati, dimostrando fin dal primo capitolo la natura longeva della post-verità e le sue radici nella storia. La manipolazione della mente umana e l'apposizione di un “filtro” attraverso il quale il pubblico osserva la realtà, infatti, sono processi mirati all'alterazione dei fatti fin da sempre; oggi cambiano gli scopi, è vero, ma la visione del mondo che si irradia verso la società non è mai stata perfettamente in linea con la realtà. La tesi, inoltre, mette in luce come riprodurre fedelmente la realtà dei fatti sia comunque un'ambizione inattuabile.

Per corroborare tale asserzione, lo studio apre anche alla questione del ruolo della cultura nell'influenza dei flussi informativi: il fattore culturale, infatti, risulta basilare per comprendere l'approccio tra l'individuo e la verità dei fatti in qualsiasi epoca; non a caso, l'ancoraggio alle tradizioni, agli usi e ai costumi di una comunità si collega ai paragrafi successivi motivando l'origine e la diffusione di fenomeni più recenti come: *fake news*, *storytelling*, *echo chambers*, ecc. I media, la politica e la comunità, infatti, si sviluppano e agiscono all'interno di un ambiente simbolico, un tessuto sociale pregno di credenze, tradizioni, modi di essere e di comportarsi che lo caratterizzano. In altre parole, la cultura è intesa come “il mondo reale”, quello su cui lo stesso apparato informativo “gioca” arricchendolo, influenzandolo e, talvolta, inquinandolo. Per tali ragioni, come anticipato, la “realtà” non può essere mai perfettamente rappresentabile; tale affermazione si convalida nelle riflessioni di diversi studiosi antichi e contemporanei; ad esempio, Nietzsche sostiene con vigore come la verità assoluta sia inattuabile, quella che si spaccia per tale è solo un'illusione che si affida all'immaginazione, all'invenzione e alla finzione per far fronte ad una realtà complessa, spesso ingrata e difficile da capire (Nietzsche, 1873), mentre la filosofa contemporanea Anna Maria Lorusso fa più volte riferimento nei suoi studi ad una “versione addomesticata della realtà” (Lorusso, 2018). Tuttavia, concentrandosi sulla cultura – definita anche

come “mondo della vita” – il giornalista di professione può rintracciare le origini delle produzioni di senso, offrendo una versione quanto più attendibile e vicina alla realtà dei fatti. Chiaramente, la garanzia di questa funzione (la rappresentazione fedele e attendibile dei fatti) si inceppa dopo l’irruzione delle nuove tecnologie, il proposito ambizioso della ricerca, di conseguenza, è dimostrare che esiste un modo per arginare i fenomeni che tentano di impedirla: come si evince dalle considerazioni finali, sta alla stessa capacità di reazione del giornalista inibire e frenare l’avanzata della “disinformazione” mantenendo, seppur aggiornando, la propria funzione sociale esercitata negli anni.

Lo studio, dunque, individua come lo scompensamento informativo che si percepisce oggi non dipenda da Internet che, al più, amplifica un fenomeno già avviato in precedenza. Non a caso, l’excursus storico confluisce in un momento decisivo, a cavallo tra la fase moderna e quella postmoderna dell’informazione, che è anche quella attuale. Lo snodo corrisponde con gli inizi degli anni Novanta dove, come in ogni fase di transizione, c’è una frattura di base ad avviare la “crisi della credibilità dell’informazione” analizzata. Le tensioni sociali si ripercuotono in tutti i settori: dal crollo della classe politica tradizionale, accusata di corruzione e incapacità di rappresentare gli interessi dei cittadini, alla perdita di centralità del settore mediatico che fino a quel momento intrattiene rapporti privilegiati con il pubblico.

Negli approfondimenti rivolti alla crisi introdotta emerge l’impossibilità di rintracciare una causa precisa alla base della rottura del “patto di fiducia” tra i cittadini, i media tradizionali e la classe politica rilevato nel corso dell’analisi storica, ma si elencano, piuttosto, un dilagare di eventi, contingenze, fenomeni che si susseguono, si sovrappongono, si intrecciano e si alimentano reciprocamente. Tra questi, emergono lo sviluppo della società dell’informazione e della comunicazione, il predominio di grandi gruppi internazionali e multimediali, l’affermazione del modello *market driven* – attento soprattutto al profitto e disponibile a molti compromessi – la scarsa indipendenza dell’informazione rispetto al potere politico, la perdita dell’autorevolezza e della credibilità della figura del giornalista riconducibile ad un indebolimento dell’etica della professione (Gili, 2010). Proprio parlando di giornalismo si inizia a prendere in considerazione la problematica del rapporto con fonti autorevoli. Nell’epoca postmoderna, infatti, le “fonti istituzionali” sono scavalcate da “fonti informatiche” (Lorusso, 2018), provocando un corto circuito nell’attendibilità dell’informazione stessa. Di conseguenza, a certificazione dei fatti immessi nella Rete risulta sempre più difficile da comprovare proprio perché non se ne conoscono le origini. L’analisi segnala a tal proposito come a gestire il flusso comunicativo, oggi, sono attori dall’identità ignota, conosciuti come “i signori della Rete” su cui si concentra un intero apparato; i cittadini tendono ad affidarsi all’indiscutibile attrattività dei contenuti digitali noncurante della loro autorevolezza, in altre parole emerge come “il popolo della Rete si affida alle meraviglie del Web convinti di aver ottenuto una sfera di libertà e una possibilità di azione illimitata, ma senza accorgersi del fatto che si sta volontariamente consegnando ai giganti del web, attori incontrastati e totalitari della nuova (e non percepita) gerarchizzazione della conoscenza” (Panarari, 2019).

La criticità segnalata agli arbori della postmodernità, dunque, è alimentata dal nuovo clima di incertezza diffuso tra le masse divenute “mediatizzate” che si affidano sempre più spesso a nuove forme di organizzazione

online, dove tutti possono produrre, commentare, redistribuire, modificare, alterare e falsificare le notizie. È proprio in questo contesto che si pone in modo sempre più insistente la questione della “fine del giornalismo” come funzione sociale specializzata con la conseguente perdita di credibilità e di status (Gili, Maddalena, 2017). A tal fine l’elaborato ribadisce in più punti qual è il ruolo svolto dal giornalismo di professione e la sua missione sociale: distribuire informazione con un plus di professionalità, verificare le fonti ed essere capace di offrire una rielaborazione approfondita dei fatti; sono proprio criteri come la competenza, il controllo, la selezione accurata di contenuti a garantire la sopravvivenza di un settore in crisi e configurare il potere dei media come potere di accesso all’informazione (Marini, 2017); in altre parole, il giornalista deve riappropriarsi innanzitutto del suo potere indipendente di *gatekeeping*.

Tuttavia, sebbene non dovrebbero esserci interferenze e sovrapposizioni tra le sfere sociali, la storia insegna che la neutralità del giornalismo non è mai stata “integra”. Le élite, nei primi anni repubblicani, cercano di rompere questo principio di indipendenza, mostrando la figura del giornalista asservita a quella del politico. In seguito, comprendendo la forza comunicativa dei nuovi apparati mediatici – la televisione prima e Internet poi – sono gli attori politici a “confondersi” con i media, cercando nel piccolo schermo il principale strumento ad acquisire consensi. Illustrando questo clima di continui avvicendamenti, la tesi rimanda ad un rapporto tra media, politica e società strettamente interconnesso; di conseguenza, le forme di convergenza e di sovrapposizione che ne derivano vanno ad indebolire il carattere autonomo che dovrebbe garantire il potere di accesso dal mondo giornalistico-mediale, un potere che, inevitabilmente, inizia ad essere condiviso (Marini, 2017). Il controllo e la diffusione dell’informazione, dunque, si trasforma in un processo interattivo e partecipato, non più il risultato discrezionale di un singolo attore: il giornalista tradizionale.

Quanto esposto finora viene percepito in modo più netto quando ad affacciarsi sulla scena della comunicazione e dell’informazione interviene un nuovo attore: il Web.

I tumulti sociali, il caos politico e la confusione informativa che emergono da suddetta congiuntura storica, dunque, saranno i primi fattori a ledere il ruolo della “verità” come perno centrale del motore informativo; in questo snodo argomentativo si introduce il *fil rouge* dell’elaborato: il concetto di verità, o meglio, di verità sotto attacco; la prima criticità che va ad indebolire le fondamenta di una buona informazione.

Il secondo capitolo si concentra interamente sulla post-verità e i suoi attributi. In particolare, emerge la rappresentazione di un fenomeno tutt’altro che isolato, con cui si introduce l’analisi di un processo dinamico e longevo, giunto ad oggi sotto forma di una sintesi “letale” del ruolo giocato negli anni, essenzialmente, da due fattori: il pregiudizio cognitivo connaturato alla natura dell’individuo e l’arte di alterare fatti e notizie impiegata e abusata dai principali attori sociali. Non a caso, ad esso verranno associate nozioni come *fake news* e *storytelling*, elementi caratterizzanti della comunicazione postmoderna, ma che si fondano anch’essi in radici più remote.

La prima percezione che si ha della post-verità, dunque, è quella di una “minaccia” sotto diversi punti di vista. L’approccio volutamente scettico intende accendere fin da subito una spia luminosa che invogli a compiere

uno sforzo maggiore da parte di coloro che possono aiutare a contrastarla; a tal proposito, saranno ampiamente dibattuti gli “strumenti” messi a punto per arginare il fenomeno, primo tra tutti il *fact-checking* e le pratiche di controllo della Rete. La ricerca rimarca come tali operazioni sono senza dubbio necessarie, ma, allo stesso tempo, non sufficienti. Infatti, si dimostra come il contagio da *fake news* non possa prescindere da una condotta coscienziosa e consapevole dell’internauta.

Innanzitutto, però, si ritiene opportuno fare chiarezza sul significato dell’argomento trattato.

La prima definizione viene offerta proprio dagli *Oxford Dictionaries* che percepiscono la diffusione esponenziale della questione fino a raggiungere il picco di “popolarità” negli ultimi mesi del 2016; inevitabile, a questo punto, ricavare una definizione generale adatta a descrivere il fenomeno oggetto di interesse: “*relating to or denoting circumstances in which objective facts are less influential in shaping public opinion than appeals to emotion and personal belief*”. Nel corso della ricerca si riportano ulteriori sfumature, traduzioni e interpretazioni della post-verità, ma in tutte ritorna la centralità di due elementi: l’aspetto emotivo e l’effetto manipolativo.

Per quanto concerne il primo fattore, si dimostra come la leva emozionale dell’individuo giochi un ruolo fondamentale nella “sottomissione” del cittadino-utente al Web preconizzata: in questo passaggio teorico ritorna centrale il concetto di “pregiudizio cognitivo”. Lo sviluppo della ricerca si aggancia alla natura umana, imprescindibile ed immutabile; le prove sperimentali, infatti, dimostrano che quando si è emotivamente coinvolti su una particolare questione – pur certi di agire razionalmente e di pensare in modo autonomo – la capacità di ragionare è fortemente compromessa (McIntyre, 2019). Il collegamento di tali approfondimenti riguardanti la dissonanza cognitiva, la tendenza alla conformità sociale e il pregiudizio di conferma – intesi come tratti tipici della natura umana – con la post-verità diventa chiaro solo dopo un’accurata comprensione dell’era postmoderna; l’elaborato la associa ad una situazione che può essere definita come la “tempesta perfetta” alimentata dall’estrema parzialità faziosa della Rete e dai “silos” di notizie all’interno dei social media (McIntyre, 2019). Si spiega, così, perché un fenomeno che trae le sue origini dagli anni del negazionismo scientifico irrompa con tale potenza solo nel mondo contemporaneo.

Tuttavia, mentre in passato i pregiudizi cognitivi e la tendenza naturale a isolarsi vengono attenuati dalle “obbligate” relazioni con gli altri nel mondo reale, la ricerca si focalizza sul “paradosso” verificatosi nell’attualità: nonostante il diluvio mediatico di notizie e informazioni, l’utente naviga “solo” e questo implica una conseguente “immunità” dal dibattito e dall’incontro con opinioni contrarie. Proprio in questo contesto fluido, indefinito e dalle regole ancora poco trasparenti, le *filter bubble* hanno il compito più che facilitato, e la ricerca non manca l’opportunità per approfondire il neologismo. Nell’appartato dedicato al tema, si rimanda alla tesi di diversi ricercatori che a più riprese parlano di “cassa di risonanza” o “camera dell’eco” – le meglio note *echo chamber* – e di “bolle filtro” – o, come introdotte in precedenza, le *filtre bubble*. Dopo aver offerto una rassegna di definizioni, si sintetizza il fenomeno in un effetto sociale inatteso favorito dai meccanismi di ricerca innescati dalla Rete, riagganciandosi al concetto di “informazione personalizzata” da cui si ricava il significato del termine “bolle filtro”; nello specifico, si tratta di un *modus operandi* tipico delle nuove

piattaforme che, attraverso l'algoritmo, apprendono il comportamento degli utenti monitorando le loro precedenti ricerche e, sulla base delle informazioni apprese, ripropongono loro ciò che è più familiare e consonante, limitando il confronto con ciò che è diverso e dissonante (Gili, 2017). La tesi dibatte su questo effetto volto ad "evitare il dissenso" (Lorusso, 2018) riagganciandosi proprio ai comportamenti individuali e inconsapevoli tipici della natura umana precedentemente annunciati. Si rileva a tal proposito come l'istinto di irrazionalità connaturato all'essere umano, quando incontra le dinamiche della Rete, diventi un ulteriore rischio per i media democratici che, al contrario, cercano di promuovere il dialogo e l'incontro tra punti di vista differenti, alimentando consapevolezza e senso critico.

In merito al secondo caposaldo della post-verità, quello dell'alterazione della realtà a scapito dell'oggettività dei fatti, l'elaborato riprende il concetto già accennato di *storytelling* che, da un lato, si serve degli strumenti amplificatori portati dalla rivoluzione digitale; dall'altro, si avvale della vulnerabilità emotiva dell'individuo per distorcere e manipolare una "verità".

L'analisi condotta fa intuire con immediatezza come la post-verità, servendosi proprio della mente umana, riesca a diffondersi e a "contaminare" l'informazione del mondo contemporaneo. Mai come oggi, infatti, è evidente che le "verità" sono diventate oggetto di narrazione e, dunque, di *storytelling* (Lorusso, 2018). Solo dopo aver ribadito le origini antiche del "racconto", si giunge all'era postmoderna – sulla scia della personalizzazione della politica, della spettacolarizzazione dei messaggi e della mediatizzazione dei contenuti – con una consapevolezza: le "storie" sono lo strumento più pervasivo ed efficiente per entrare in contatto con una collettività "diffidente" verso le modalità classiche di "fare informazione". Con questa presa di coscienza, si comprende come ricamare su fatti reali alcuni accessori narrativi e esemplificativi idonei a favorire la comprensione e la diffusione di contenuti sia un'azione non solo consentita, ma anche legittimata. Quello che la tesi di ricerca vuole dimostrare, infatti, è come creare storie sia diventato un dovere e anche un mestiere, e questa valorizzazione diffusa e esasperata delle storie tende a creare fenomeni nuovi che influenzano direttamente il mondo dell'informazione (Lorusso, 2018).

Sintetizzando, Internet e il Web hanno svolto il ruolo di amplificatori di entrambi i due ingranaggi (le emozioni e le manipolazioni) su cui si erge la post-verità. La tesi spiega attraverso le caratteristiche degli *user generated content* come i nuovi protagonisti dell'informazione offrono a tutti la possibilità di creare e pubblicare contenuti online, ma proprio perché tutti hanno questa possibilità si segnala la preoccupante creazione di un flusso di informazioni digitali incontrollabile e spesso dannoso che consente di plasmare contenuti anche a chi ha scopi non eticamente corretti; la conseguenza rilevata è l'affiorare un vero e proprio business delle *fake news*, ostile all'informazione credibile e garante di "verità".

Anche le *fake news* sono oggetto privilegiato di dibattito nell'esposizione proposta. In particolare, dopo il consueto ritaglio dedicato all'origine della terminologia, l'elaborato si concentra sul tema dell'orizzontalità e dell'apertura delle nuove piattaforme per individuare la criticità del sistema "social". L'intento è quello di attenuare la tendenza di "condanna" ai canali di condivisione online, mostrando come un maggior coinvolgimento sociale non lasci in eredità solo aspetti negativi – che si sostanziano in disinganno, disillusione e in una

profonda e accentuata disinformazione – ma in essi si possa ricostruire uno spirito democratico integro se si ricorre agli strumenti giusti. Proprio in questo snodo argomentativo si inserisce il tema dirimente della necessità di un maggiore “controllo” anche in uno spazio senza confini come quello virtuale, anzi, proprio per le sue peculiarità di diffusività, inclusione, rapidità, il filtraggio dei contenuti che vi circolano risulta ancora più necessaria. In conclusione, è indubbio che le piattaforme social (Facebook, YouTube, Tweeter, e tutta l’innomerevole successione dei loro “simili”) detengano un potere simbolico e performativo messo a disposizione di chi ne fa uso, ma che – come emerge con chiarezza dalla ricerca – rappresentano un potenziale di creazione di nuovi significati; questo risvolto può essere una minaccia se si eccedono i confini del dialogo democratico andando a sostenere i fini particolaristici di chi se ne serve a scopo volutamente manipolativo; inoltre, la minaccia diventa un vero e proprio pericolo quando tali contenuti “sfuggono” ai controlli. Per corroborare la tesi che rimanda alla possibilità di creazione di una “sfera pubblica” (Habermas) anche nel mondo virtuale, dunque, è necessario dispiegare il potenziale emancipativo dei canali digitali in un contesto in cui tale “potere” è arginato e limitato da un sistema di regole che, innanzitutto, trovano il loro garante nelle istituzioni pubbliche e democratiche tradizionali (Gili, Maddalena, 2017), e che successivamente si concretizzano in vere e proprie pratiche di *fact-checking* da applicare all’interno del groviglio del Web.

Per concludere, da questa fase della trattazione emerge una complessa fenomenologia di Internet che modifica i tratti costitutivi della comunicazione e dalla informazione tradizionale; il passo successivo è l’emersione attraverso i *social network* di problematiche nuove per il mondo dell’informazione: la disintermediazione tra il pubblico destinatario delle notizie e le agenzie di diffusione; la perdita di prestigio e di centralità dei professionisti; la possibilità di un relativo anonimato; la pervasività e capillarità della diffusione delle notizie; la circolazione pressoché incontrollata di opinioni e teorie che sfuggono alla verifica scientifica; l’invadenza della pubblicità; l’impiego di algoritmi che consentono alle grandi piattaforme della Rete di proporre le notizie considerate più appetibili e affini al destinatario (Magnani, 2019), identificata, appunto, come “informazione personalizzata”.

Il terzo capitolo ragiona sul ruolo dell’informazione personalizzata fomentata dalla Rete, sulla perdita di un punto di ancoraggio stabile, sul disorientamento informativo e sulla difficoltà di scorgere una “verità” attendibile e sicura dovuta agli effetti collaterali della “tendenza acritica e del ruolo dell’emotività nella discussione pubblica”, (Gili, Maddalena, 2017); è proprio in questo scenario che si estrapolano anche i fattori generativi della *post-truth*.

L’aspetto che più preme sottolineare, giunti a questo punto del dibattito, sta nella forza manipolativa delle *fake news*, concepite da un tipo di comunicazione che non è più semplicemente gerarchica, ma che diventa orizzontale. In altre parole, non si parla più di un’interazione da uno – il manipolatore – a molti, ma da molti – che come già anticipato sono tutti potenziali manipolatori – a molti; di conseguenza, tutti potenzialmente ingannabili perché alla strenua ricerca di punti di riferimento, orientamento e di ancoraggio dopo la rottura del patto di fiducia con il mondo dell’informazione tradizionale (Mazzucchelli, 2017).

L'analisi ambisce a "ripristinare" il dialogo tra le tre sfere come possibile soluzione all'attacco di notizie non veritiere; la comunicazione, infatti, include nel circolo anche la figura del giornalista che, seppur in crisi, interviene nella rielaborazione di un certo tipo di linguaggio offrendo una versione chiara e semplificata al pubblico dei fatti trattati. Il problema emergente dai nuovi strumenti virtuali sta nel fatto che oggi lo stesso pubblico può attingere ai contenuti istituzionali senza bisogno di ulteriori "mediazioni"; ed è proprio questa "limitazione" della necessità di una figura intermediaria che alimenta la propagazione di *fake news* in modo diffuso e incontrollato (Bill Adair). Questo campanello d'allarme è un richiamo per il settore del giornalismo alla sua funzione di controllo e filtraggio dei contenuti, con particolare attenzione a ciò che gli attori istituzionali diffondono attraverso i *social network*. In merito alla questione esposta, l'appartato approfondisce l'uso attuale dei nuovi strumenti da parte di tutti gli attori sociali, soffermandosi in particolare sull'uomo politico e sugli impatti delle nuove strategie comunicative adottate dai leader nelle sfere istituzionali.

Per approdare ad una soluzione finale, si introduce l'attore politico sullo stesso piano del giornalista; anche questo, infatti, ha la natura di un informatore sociale che si rivolge alla comunità riportando "fatti", ma, chiaramente, senza apporre il vincolo dell'imparzialità, come accade per la stampa, nella loro esposizione; la differenza, infatti, sta nel fine ultimo della politica che è quello di creare o mantenere consensi rivolgendosi all'elettorato, mentre la funzione sociale del giornalista si "limita" a consegnare una buona versione delle informazioni all'opinione pubblica; in entrambi i casi, tuttavia, la comunicazione assume un ruolo centrale e, al fine di costruire una strategia comunicativa confacente al proprio scopo, è essenziale apporre come perno centrale il rimando ai "fatti". L'analisi dibatte ampiamente sulla credibilità del politico e evidenzia una stretta dipendenza con il tipo di retorica adottata (se buona o cattiva), piuttosto che sul contenuto. Dire la verità, insomma, non sempre è la priorità di un leader, mentre la funzione del mondo dell'informazione è strettamente legata al "dire e scoprire la verità" (Gili, Maddalena, 2017); con questo non si vuole insinuare che il politicante di successo debba raccontare menzogne o ingannare l'elettorato, al contrario, è proprio ciò che l'elaborato intende in qualche modo sminuire, pur menzionando casi eclatanti di *fake news* associati a dichiarazioni di personaggi dal calibro mondiale. I riferimenti rimandano allo stravagante stile comunicativo di Donald Trump e di altri noti personaggi italiani che, proprio attraverso i profili social personali, modificano lo stile di comunicazione, spesso con troppa leggerezza. La trattazione, infatti, mira a segnalare come un politico, oggi, corre il rischio di perdere di vista la propria funzione sociale subendo il fascino dei nuovi strumenti social. Molti studiosi del tema parlano di "via libera all'incompetenza" come risultato del connubio tra politica, post-verità e l'epoca social, dove è la "teatralità" a dominare l'esposizione delle proposte politiche piuttosto che il reale contenuto; di conseguenza l'opinione pubblica si orienta verso l'uno o l'altro candidato o sostiene questa o quella posizione a seconda della "telegenicità" del mandante o della "attrattività" dell'esposizione, più che sulla base di competenza e contenuti. L'elaborato rimarca come ogni qualvolta competenza e contenuti passano in secondo piano, il fenomeno psicologico della post-verità prende il sopravvento mentre viene meno la verità oggettiva dei fatti. Tuttavia, la ricerca intravede un rimedio al rischio appena segnalato nel ripristino dei ruoli e in una loro "interpretazione" consapevole, competente e autorevole. Anche stravolgendo il politichese

classico di cui tratta il primo capitolo e approdando ad una comunicazione multidirezionale, infatti, la credibilità del politico deve fare sempre appello ad un concetto attiguo a quello di sincerità (Gili, Maddalena, 2017); un leader che costruisce il proprio personaggio sulla menzogna o su discorsi d'odio sociale, infatti, è destinato a crollare nel giro di poco tempo. In questo snodo si inserisce il concetto di “populismo”, un'altra variabile interveniente nell'edificazione della *post-truth* ampiamente trattata. Sull'onda di quello che viene identificato come “neopopulismo virtuale” si rafforza la centralità del fattore emotivo; infatti, emerge come nella Rete si registrino più “reazioni di pancia” e le strategie di comunicazione siano sempre più improntate a logiche di post-verità. In particolare, chi si occupa di comunicazione politica nell'era postmoderna, non può prescindere dalle logiche strutturali di funzionamento degli algoritmi della Rete (Dal Lago, 2018); inoltre, l'analisi, vuole dimostrare che anche il linguaggio del giornalismo sta cambiando a causa del contatto sempre più diretto e partecipativo da parte dei vari interlocutori, spesso in direzione di una minore garanzia di accuratezza e certificazione di quanto riportato. Ecco, dunque, come si preannuncia un'altra minaccia che spinge a parlare tramonto del *gatekeeper* dell'informazione.

Le potenzialità della Rete nei processi di orientamento dell'opinione pubblica contemporanea, infatti, fanno assistere ad una sostituzione del modo tradizionale di divulgare le informazioni; così, alla comunità “disorientata” si propongono nuovi format, nuovi canali, nuovi strumenti e nuove “fonti” di produzione di notizie a cui attingere. In merito alla questione proposta, la ricerca propone casi di studio concreti, concentrandosi proprio sul cambiamento riscontrato non solo nel modo di “fare informazione” nell'era postmoderna, ma anche nei suoi influssi sugli stili comunicativi adottati dagli utenti quando divulgano notizie, danno annunci, pubblicano contenuti, esprimono pareri e, in generale, comunicano attraverso i *social network*. Tuttavia, esaminando le nuove strategie comunicative degli attori tradizionali, si questiona sulla loro effettiva autorevolezza e sul livello di istituzionalità garantito.

Per le ragioni esposte, il terzo appartato si dedica interamente ai riflessi della post-verità nella comunicazione politica e mediatica attuale. Parlando di “utenti”, infatti, non ci si limita al singolo individuo nel ruolo di cittadino: la ricerca spazia dalla sfera sociale, a quella mediatica e, fino a trattare le percosse nella politica.

In merito a tali segnalazioni, il *case study* proposto prende in esame l'approdo dello stesso premier Giuseppe Conte a “canali alternativi” per esporre comunicati di una certa rilevanza istituzionale; la “rischiosità” della scelta considera anche il peculiare contesto sociale: la crisi pandemica del Coronavirus che incombe su una comunità altamente vulnerabile, fragile e più incline ad un'interpretazione distorta dei fatti. Il caso in esame, infatti, parte dall'epidemia sanitaria, ma analizza la destabilizzazione subita anche nel mondo politico, mediatico e pubblico, concentrandosi proprio sulla propagazione di “voci” – di istituzioni, giornalisti e cittadini – che causano un eccesso di comunicazione e provocano panico, assimilabile, appunto, ad una “epidemia informativa” (Baldolini, 2020). Tali strategie possono trovare “giustificazione” nella ristrettezza dei tempi con cui si richiedevano risposte alle autorità, ma “velocità” di informazione non deve essere sinonimo di “trascuratezza”.

L'ampia analisi a cui si rimanda giunge ad una conclusione: è proprio in un clima di alta tensione sociale che *fake news* e disinformazione hanno più possibilità di attecchire l'opinione pubblica; specialmente in questi scenari, dunque, l'informazione di qualità dimostra di non poter e di non dover soccombere. Non a caso, si riconosce e, in un certo senso, si riscopre il ruolo rilevante del giornalista di professione nella fase critica dell'epidemia che, si auspica, venga mantenuto nel tempo. In sintesi, dalla ferita ancora aperta lasciata dai mesi del contagio, si segnala un fattore positivo: è stata rinnovata la consapevolezza presso l'opinione pubblica di considerare un quotidiano o un telegiornale una protezione contro la paura, una "palestra" per allenare il pensiero critico e l'unico mezzo attendibile per scoprire cosa realmente accade nel mondo. I quotidiani, tutti, nessuno escluso, sono mascherine che proteggono il nostro cervello dalla stupidità e dalle menzogne. Specialmente nell'era da Coronavirus e di quella delle *fake-news*. (Del Vigo, 2020). Ovviamente, considerando l'importanza che i social network assumono oggi, si giunge a ritenere che le *fake news* sono un "male" ineliminabile in modo definitivo, ma convivere con esse si può, cercando di costruire una comunicazione "credibile, trasparente e continua" (Comin, 2020).

Il quarto capitolo si riaggancia proprio alla necessità di sviluppare una maggiore consapevolezza e una riflessione critica sugli strumenti mediatici e tecnologici utilizzati, adottando alcuni semplici criteri etici di responsabilità individuale, oltre che a tecniche più sofisticate di *fact-checking*.

Dopo aver chiarito il livello di partecipazione crescente che favorisce l'emergere di nuove idee e di nuovi spazi di confronto, si riscontra come, allo stesso tempo, le dinamiche con cui opera il Web, sono all'origine di flussi di notizie portatrici di false informazioni. Interrogandosi sull'entità dei nuovi attori, infatti, si pone il problema della loro effettiva credibilità.

La questione che si vuole sciogliere a questo punto dello studio è cercare di individuare chi si occupa del controllo di suddetti contenuti nel Web se a venir meno è il ruolo degli agenti tradizionali dell'informazione. È stato copiosamente argomentato, infatti, come la Rete rappresenti un mondo di verità moltiplicate, polarizzate, polverizzate e, conseguentemente, difficili da controllare: nell'incrocio web-realtà, infatti, mancano i presupposti per delimitare e identificare i contenuti immessi, principi alla base del controllo e della verifica di "attendibilità", "autorevolezza" e "affidabilità" di una fonte (Lorusso, 2018).

Le premesse da cui si avvia l'argomentazione partono proprio dalla decentralizzazione del sistema di produzione delle notizie, aperto a chiunque, privo di barriere all'ingresso e, di conseguenza, depotenziato dei relativi doveri di controllo; si segnala, inoltre, come l'editoria, da sola, non sia in grado di frenare la rapidità della diffusione di ogni contenuto. Infine, si ricordi che la perdita di fiducia nei media tradizionali e la conseguente presenza di pochi *gatekeepers* – ovvero i selezionatori di informazioni – rappresentino un ulteriore presupposto della postmodernità. Il quadro esposto, dunque, fa sì che le notizie diffuse dall'algorithm raggiungano milioni di contatti e che la polarizzazione del pubblico, la formazione di *echo chamber* e *filter bubble* conducano alla formazione di gruppi chiusi e autoreferenziali, propensi ad assumere acriticamente le informazioni che circolano all'interno della loro comunità (Magnani, 2019).

La tesi giunge ad una conclusione chiara: non è negli ambienti on-line che si imputa la capacità di buona o cattiva gestione del flusso di notizie, o meglio, non solo. La tecnologia non è l'unica colpevole e prima di intervenire sulla funzione assunta dai social al giorno d'oggi, bisognerebbe intervenire sullo scarso livello di responsabilità mostrato negli anni da politici, giornalisti, ma anche dagli stessi cittadini restii nel ricorso all'uso di senso critico" quando approcciano con la Rete.

Nelle conclusioni finali si richiama con forza il ruolo svolto dalla consapevolezza, il primo potente antidoto per discernere un'informazione di qualità da una che non lo è, ma che mira solo a scopi manipolativi e fuorvianti. Inoltre, non manca la proposta di un percorso dell'informazione verso il digitale, al fine di inquadrare meglio il "problema" del futuro giornalismo (Sorrentino, Bianda 2013). Oltre alla necessità di "aggiornamento" si ribadisce anche l'impellenza di una coscienza rinnovata nel modo in cui il giornalismo classico viene concepito e realizzato. I nuovi media rendano "informazione" e "comunicazione" delle funzioni sociali diffuse, ma ciò le rende soggette anche ad elevati rischi di manipolazione, confusione e scarsa affidabilità; proprio per questo non è auspicabile un declino del giornalismo che deve mantenere il proprio ruolo di filtro e accurata selezione delle notizie. Non a caso, dopo l'ampia riflessione sul tema, ci si aggancia al concetto di "digitale" con una coscienza rinnovata: i nuovi media informativi, infatti, non devono limitarsi all'adeguamento di un articolo al format del Web, ma si riflette anche sul modo in cui lo status del giornalista stesso viene percepito nella società (Viner, 2013). Il modello per il futuro deve caratterizzarsi, da un lato, per un'informazione di qualità che coniughi curiosità e indipendenza con affidabilità, accuratezza e completezza dei fatti e delle notizie proposte; dall'altro, la sfida del giornalismo professionale può essere vinta solo riuscendo a decifrare la complessità della Rete e del suo algoritmo ricavandone una convivenza vantaggiosa e fruttuosa. Nell'epilogo finale, invero, emerge con forza la funzione positiva che i media possono svolgere all'interno della sfera pubblica pluralistica – un concetto essenziale per tutto lo studio inteso come punto di incontro, confronto e condivisione – producendo una consistente circolazione di idee, alimentando il confronto, dinamizzando il dibattito e la discussione pubblica. Se a caratterizzare il giornalismo tradizionale è la capacità di cercare, trovare e presentare notizie secondo determinati principi standard – tra i quali l'affidabilità, la credibilità, la verificabilità della fonte – si conclude che questi possono essere compatibili con i principi dei nuovi media.

La sfera pubblica habermasiana può, infine, propagarsi anche nella nuova fase postmoderna; lo spirito democratico e partecipativo può rinsaldarsi anche attraverso i canali inediti di accesso e partecipazione: l'informazione, e con essa la "verità" di cui si fa portatrice, può e deve contenere "chi" o "cosa" sta tentando di farla andare oltre i confini consentiti, trasformandola, appunto, in post-verità.

La soluzione esposta, infatti, si riassume nel rispetto del proprio perimetro di competenza da parte di tutte le sfere sociali più volte tirate in ballo nel corso dell'analisi.

Il cittadino, in quanto tale, deve riappropriarsi del proprio senso civico e critico, consapevole dei diritti e dei doveri che lo riguardano, anche nella sua versione di "utente"; a tal proposito, il sociologo Gili suggerisce di ricercare nelle relazioni umane il confronto con l'altro, senza reticenze o sudditanze con le informazioni

provenienti dal mondo esterno e da una pluralità di emittenti: solo così sarà possibile perseguire un'educazione non scettica al pensiero critico (Gili, 2017).

Il politico, in qualità di rappresentante del popolo, deve sfruttare la possibilità di riavvicinarsi al proprio elettorato offerto dal nuovo punto di incontro virtuale, senza, con ciò, far venir meno lo spirito istituzionale e il ruolo ricoperto. Riagganciandosi al caso di studio sulla comunicazione istituzionale nella fase 1 e 2 del Coronavirus, viene a galla proprio la necessità di un corpo istituzionale che sia trasparente ed effettivamente rappresentante delle esigenze della comunità; la competenza e l'autorevolezza richieste ad una pubblica autorità precedono la "socialità" e la popolarità sfoggiate tramite i social network; questo, è bene ribadirlo, non solo in fase emergenziale.

Il giornalista, infine, deve considerare le tecnologie moderne un supporto di diffusione, non un'alternativa o, peggio, un "erede" a cui "scaricare" il compito di informare l'opinione pubblica. Le notizie, in quanto tali, devono rimanere autorevoli, credibili e affidabili affinché sopravviva anche la verità insita in esse.

È giusto, dunque, che i principali attori sociali si reinventino nel mutato scenario storico; i nuovi formati possono essere una valida occasione per raccontare le stesse storie, ma con modalità diverse, un'opportunità per recuperare il rapporto con i lettori che rimangono tali anche in versione di "utenti" e farlo non più in modo unidirezionale, ma sfruttando la multidirezionalità del Web. Questo implica cambiare le modalità di azione, ma non la funzione sociale per cui il giornalismo ha avuto ragion di esistere nel corso di tutte le epoche storiche ripercorse.

"Affermare in questo contesto valori come l'accuratezza, l'onestà e l'indipendenza dell'informazione, ancorando il diritto di cronaca ai principi costituzionali di un paese, non è una sfida corporativa ma coinvolge una prospettiva culturale più ampia, che impone di considerare il giornalismo come un valore centrale della civiltà, un richiamo costante a una dialettica in cui tutti, forti e deboli, abbiano lo stesso diritto di fare valere le proprie ragioni" (Barbano, 2012, p. 14). Oggi, più che mai, la consapevolezza e il rispetto del proprio ruolo sono sinonimo di credibilità, condizione intrinseca di ogni relazione comunicativa e l'unica possibilità di salvezza per l'informazione.

Bibliografia

- Dal Lago, A. (2017). *Il populismo digitale. La crisi la rete e la nuova destra*. Cortina Editore, Milano.
- De Blasio, E. (2018). *Il governo online*. Roma, Carocci editore.
- Gaggi, M., & Bardazzi, M. (2010). *L'ultima notizia. Dalla crisi degli imperi di carta al paradosso dell'era di vetro*. Rizzoli, Milano.
- Marini, R. (2017). *Potere dei media, interdipendenza tra poteri e pluralismo dell'informazione*, in "Problemi dell'informazione, Rivista quadrimestrale" 1/2017, pp. 3-30, doi: 10.1445/86113.
- Mazzucchelli C. (2017). *Bufale, post-verità, fatti e responsabilità individuale*. Edizione ebook Delos Digital srl, Milano.
- McIntyre, L. (2019). *Postverità*. UTET Università. Trad. it. Alessandro Lanni.
- Salmon C. (2008). *Storytelling la fabbrica delle storie*. Fazi Editore, Roma.
- Scandaletti, P., Sorice, M., & Andrei, A. (2010). *Yes, credibility: la precaria credibilità del sistema dei media*. Roma: Ucsi.
- Silverstone, R. (1999), *Why Study the Media*, London, Sage; trad. it. *Perché studiare i media*, Il Mulino, Bologna 2002.
- Silverstone, R. (2007), *Media and Morality. On the Rise of the Mediapolis*, London, Polity Press; trad. it. *Mediapolis. La responsabilità dei media nella civiltà globale*, Vita & Pensiero, Milano, 2009.
- Sorrentino, C., Bianda, E. (2013), *Studiare giornalismo. Ambiti, logiche, attori*, Carocci, Roma.

Sitografia

- Baldolini, S., *La pandemia passerà, l'infodemia resta*, "Huffingtonpost.it", 5 febbraio 2020.
- Del Vigo, F. M., *I giornali mascherine contro l'ignoranza*, "Il Giornale", 14 marzo 2020.
- Gili, G. Maddalena, G., *Dove nasce la post-verità – indagine sulla svolta culturale che ha trasformato le bufale in problema ingovernabile*, "Il Foglio", 8 dicembre 2017.
- Magnani, C., *Libertà di espressione e fake news, il difficile rapporto tra verità e diritto. Una prospettiva storica*, "Costituzionalismo.it", 4 aprile 2019.
- Petrelli, V., *La comunicazione ai tempi del Coronavirus, intervista a Gianluca Comin*, "Riformismoesolidarietà.it", 8 aprile 2020.
- Viner, K., *The rise of the reader: journalism in the age of the open web*, "The Guardian", 9 ottobre 2013.