

## Conclusioni

Nessun uomo riuscirà a salvarsi qualora vorrà opporsi lealmente a voi o al popolo e impedire che nella sua patria avvengano ingiustizie e illegalità.

PLATONE, *Apologia di Socrate*

Nella primavera del 1988 veniva pubblicato un disco fondamentale per la storia della musica rap, *It Takes a Nation of Millions to Hold Us Back*, il secondo album dei Public Enemy, collettivo hip hop di New York, noto soprattutto per l'impegno politico a favore della consapevolezza della cultura afroamericana. Il disco, che avrebbe venduto milioni di copie, aveva una fortissima connotazione politica e sociale: ai dorati anni ottanta reaganiani e al racconto dei media i Public Enemy contrapponevano la voce del ghetto, degli sconfitti, degli esclusi dal sistema neoliberista. Due canzoni in particolare ebbero un successo clamoroso: la prima era *Don't Believe the Hype*, dove per «hype» si intende quello che i media *mainstream* narravano e propagavano come lettura univoca della società; la seconda era *Bring the Noise*, dove il «rumore» era la loro musica che doveva servire a rompere il muro di conformismo che i media tradizionali e la cultura popolare avevano della comunità nera. Trent'anni dopo, come abbiamo visto in questo libro, il rumore non è tanto lo strumento per superare il con-

formismo, quanto paradossalmente l'amplificatore dello stesso. Come nel tweet di Obama analizzato nel secondo capitolo, il rumore (*noise*) è quello che rende difficile capire quello che accade (*news*), mentre è necessario abbassare il volume del rumore (*cut through the noise*) affinché ciascuno possa far sentire la sua voce come cittadino.

Il rumore ha sembianze mutevoli: alcune volte appare come disinformazione, altre volte come post-verità, alcune volte come linguaggio dell'odio, altre volte come polarizzazione nelle camere dell'eco, altre ancora come parossismo del troll. Nel corso di queste pagine abbiamo scoperto che il *click-baiting* è più veloce di qualsiasi verifica, anche della più puntuale, persino della più dettagliata, e che il pregiudizio della conferma, quella tendenza connaturata nell'uomo a ricercare soltanto le informazioni che confermano le proprie opinioni preesistenti, porta le persone a credere solo ciò a cui desiderano credere, ignorando e stigmatizzando le voci dissonanti.

Ci siamo poi trovati davanti alla sfida tra verità e bugia, con la seconda che in maniera subdola riesce spesso a spuntarla. Dobbiamo accettare che le cose non possano cambiare? Ovviamente no, anche se il fenomeno è molto complesso. Se la notizia falsa o inesatta veicolata in maniera accidentale può infatti in parte essere corretta, quella volutamente costruita e ideata intenzionalmente è difficile da disinnescare perché i suoi effetti sono più celeri, penetranti e quindi più insidiosi. Se le *fake news* somigliano non tanto a un fine, quanto piuttosto a un mezzo per orientare l'opinione pubblica, allora la post-verità produce i suoi effetti nelle persone, che diventano facilmente preda dell'emotività e delle opinioni.

Abbiamo poi visto che il tema bufale in rete non è una questione banale. Il giornalismo sembra averne preso piena consapevolezza e almeno una parte di esso vuole fare della ricerca delle strategie per contrastare le notizie false o inesatte la sua prossima missione. Info Data del «Sole 24 Ore» ha riportato a questo proposito l'esito del rapporto *Journalism, Media and Technologies Trends and Prediction*, realizzato da Nic Newman per conto del

Reuters Institute for the Study of Journalism<sup>1</sup>. Lo studio è stato realizzato attraverso le risposte relative a un questionario sottoposto nel mese di dicembre 2016 a 143 tra direttori, amministratori delegati e responsabili delle edizioni digitali di quotidiani di 24 Paesi. Di questi la maggioranza, ovvero il 90%, svolge la sua attività in Europa (Regno Unito, Francia, Germania, Austria, Italia, Finlandia e Spagna), il rimanente 10% in Australia, Nuova Zelanda, Giappone, Corea del Sud e Stati Uniti. Ai soggetti coinvolti nel questionario è stato chiesto di valutare l'impatto della diffusione delle *fake news* sulle proprie testate. L'esito, abbastanza sorprendente, è che per il 70% degli operatori del settore intervistati il fenomeno delle bufale costituisce l'occasione per far emergere il giornalismo di qualità, in altre parole rappresenta una nuova sfida che migliorerà l'ambiente giornalistico, sebbene ciò richieda inevitabilmente maggiori risorse economiche. Agli stessi intervistati è stato chiesto inoltre su quale piattaforma sarà necessario investire di più nel corso del 2017: la risposta è stata Facebook per il 78%, probabilmente perché molte persone vi si documentano direttamente. Altri dati interessanti sono il 16% relativo a Facebook Messenger e il 13% a WhatsApp: in effetti si parla spesso dei social network come dei principali indiziati nel divulgare bufale, mentre gran parte di questo flusso informativo circola sulle piattaforme di messaggistica istantanea.

E cosa dire ancora sul linguaggio dell'odio? Ho sostenuto che rispondere alle provocazioni con altre provocazioni non serve a nulla, che le polemiche non vanno alimentate. Ma oltre ai troll, sempre in agguato, resta il tema politico ed educativo di come arginare l'odio in rete, che è appunto un compito da perseguire costantemente tutti insieme.

Per contrastare l'*hate speech*, le bufale e le *fake news* si stanno mettendo in campo diversi strumenti, dagli interventi legislativi

<sup>1</sup> R. Saporiti, *Alla fine le fake news salveranno il giornalismo*, in «Il Sole 24 Ore», 18 gennaio 2017, <http://www.infodata.ilssole24ore.com/2017/01/18/alla-fine-le-fake-news-salveranno-giornalismo>.

alle iniziative di carattere educativo a partire dalle scuole, dalle strategie pianificate dalle piattaforme digitali ai confronti tra esperti. Basteranno ad arginare il fenomeno? La risposta ovviamente è custodita dal tempo, ma intanto l'opinione pubblica fluttua in balia delle onde populiste.

Il rumore di fondo della post-verità confonde l'uomo post-moderno che nel corso della propria esistenza si trova dinanzi a continue decisioni da prendere. Alcune sono banali, altre sono notevolmente più rilevanti. Vaccinare o meno il proprio figlio? Scegliere o meno di iniziare una terapia medica? Un bivio, due alternative: fidarsi di quello che dice la scienza o lasciare che si insinui il dubbio, che si mettano in discussione considerazioni date ormai per assodate? Secoli di evoluzione e cultura dovrebbero razionalmente far considerare la prima come una scelta scontata. Eppure, come farà l'uomo postmoderno a scegliere la strada giusta, che lo condurrà a destinazione, se la sua mente è occupata da notizie inesatte, falsi allarmismi, parole di odio? In altre parole, come farà a procedere se continua a essere infastidito dal rumore assordante di sottofondo? Gli incroci che troverà lungo il proprio cammino saranno molteplici; cosa farà quando arriverà all'alternativa tra apertura e chiusura? Tra l'idea di un mondo ripiegato su se stesso e sulle sue paure, che propone ricette anacronistiche a problemi sempre nuovi e quello aperto, ottimista, orientato al progresso?

Come abbiamo visto, l'uomo postmoderno avanza incerto, spinto dal desiderio di uscire da uno spazio angusto, ma è senza punti di riferimento in una società caratterizzata da lacerazioni sociali dove l'ecosistema della rete e dei social network ha prodotto bolle che filtrano le differenze, gruppi polarizzati che non comunicano, sciame digitali a cui aggregarsi per non sentirsi isolati. Ma se si è perso nel suo sciame digitale dove la solitudine si fa moltitudine, dove la sua voce diventa un flebile suono in un coro di rumori indistinti, l'uomo postmoderno non smette di chiedersi come liberarsi da un destino apparentemente ineluttabile che lo rende atomo isolato, come superare la notte in cui i fatti sono solo

delle ombre e si confondono con il falso, come uscire a riveder le stelle della verità, per citare il Sommo Poeta. L'uomo postmoderno può farcela perché ha dalla sua parte innanzitutto il pensiero razionale, punto imprescindibile a guidarlo verso l'uscita: la ragione è la stella polare da seguire. Ma da sola la ragione non basta, perché, come abbiamo visto nei capitoli conclusivi, la risposta più cogente deve arrivare dalla politica.

A tal proposito ho parlato di storytelling, delle qualità prope-deutiche a chi si impegna in politica: empatia, resilienza, capacità di trasmettere fiducia, idoneità a guidare in una direzione. Tuttavia, in un contesto che cambia così rapidamente la leadership deve avere un intelletto multiforme come quello di un moderno Odisseo, in grado di dominare il cambiamento e non subirlo. Il leader deve indicare una direzione ed essere fonte di ispirazione, ma poi ciascuno deve fare la propria parte. Ognuno deve sentire la responsabilità e la bellezza di essere cittadino, contribuendo a tracciare nel proprio piccolo la parte di un percorso che è comune. Allora, oltre alla ragione l'uomo postmoderno deve avere la consapevolezza di fare parte di un'unica comunità di destino: resteremo tutti imprigionati e isolati nell'ambiente claustrofobico delle nostre paranoie digitali e reali, oppure le affronteremo e le vinceremo insieme a viso aperto, ritrovando l'uscita e rivedendo finalmente la luce.

Questa grande consapevolezza può darla solo la politica, dove per politica intendo il civismo autentico, l'impegno concreto, il mettersi a disposizione degli altri in base alle proprie possibilità. Ciascuno di noi è punto nodale sulla rete e sulle reti delle relazioni della propria vita quotidiana. Ognuno trasmette idee, nozioni e può mettere a disposizione il proprio patrimonio di saperi ed esperienze al servizio della collettività, è depositario di conoscenze ed è fornito di un'intelligenza duttile. Come abbiamo visto, tutti noi siamo sia *homo faber* che *homo sapiens*, leggiamo la realtà di cui offriamo un'interpretazione, la comunichiamo agli altri, esercitiamo su di loro un'influenza e allo stesso tempo siamo influenzati dagli altri in un continuo scambio che arricchisce

vicendevolmente le nostre conoscenze. Ciascuno di noi fa un piccolo tratto di strada, e alla fine lascia il testimone del suo vissuto a chi verrà dopo a continuare il cammino lungo lo stesso percorso, secondo il medesimo destino. E se il rumore di fondo della rete è incessante, così simile allo sferragliare dei vagoni del treno su cui stiamo viaggiando, che all'inizio è fastidioso ma poi, quando ci si abitua, diventa quasi impercettibile, allora sapremo presto andare oltre questo rumore, per ascoltare gli altri passeggeri e farci ascoltare da loro.

Certamente non è impresa facile, ma io ho fiducia nell'uomo e nelle sue capacità di cadere e rialzarsi, di commettere errori e di trarne insegnamenti, di riconoscere soprattutto la sua natura di animale sociale. In fondo è proprio questo il modo in cui avviene il progresso dell'umanità. Perciò, è sempre più urgente la necessità di ricostruire e ridare linfa ai corpi intermedi, perché essi sono il luogo in cui la politica si invera. Come? Coinvolgendo, dialogando, usando in maniera costruttiva le potenzialità offerte dal digitale, facendo sentire ciascun soggetto protagonista di un progetto comune.

Impareremo così a riannodare nuovamente i fili che legano ciascuno di noi all'altro come in una rapsodia, in una storia che parte da lontano e che andrà lontano. In fondo è questo il senso della politica, l'amore per la *res publica*, l'idea che ci si aiuta gli uni con gli altri per fare un passo in avanti tutti insieme.