

## Post-verità. Non contraddire le emozioni

Mario Barenghi

30 Gennaio 2017

Immaginiamo per un momento di imbatterci, in una qualunque pagina web d'informazione, con questa notizia: «Trovato un colombaccio del peso di un chilo e mezzo». Quanti apriranno il link? Qualcuno sì, certo: per una generica curiosità, per genuino interesse verso gli uccelli o i columbiformi, per concreto interesse economico (i colombacci si mangiano, potrebbe esserci un business), per distrazione, per automatismo, per noia. Ad altri – ai più – balenerà alla mente una qualunque variante di *ecchissene...*, una mezza smorfia, e passeranno oltre. Immaginiamo ora che la notizia sia «Trovato un colombaccio del peso di 20 kg». Anche senza sopravvalutare l'attrazione dell'utente medio del web per i colombacci, possiamo supporre che ad aprire il link sarebbero questa volta molti, molti di più, perché l'annuncio suonerebbe sbalorditivo – pur se, con ogni evidenza, falso. Intendiamoci: non so se sia mai esistito un colombaccio del peso di un chilo e mezzo, se fosse vero sarebbe una notizia straordinaria, visto che di solito pesano poco più di un terzo. Ma pochi se ne renderebbero conto. L'idea di un colombaccio di 20 kg, invece – qualcosa a mezza via fra un albatro e un deltaplano – colpisce molto di più: suona come un prodigio, un miracolo. O, più laicamente: una bufala. Perciò andiamo a vedere.

Ma *perché* andiamo a vedere? Perché ci attraggono le bufale? In verità la specie umana ha una marcata, istintiva propensione per le bufale (*en passant*, mi auguro che il prezioso servizio di consulenza del sito della Crusca ci illustri l'origine di questo bizzarro traslato). La ragione non va cercata nell'ignoranza o nella credulità delle masse. Al contrario: c'è di mezzo un preciso meccanismo evolutivo. In generale, per i nostri progenitori è risultato vantaggioso esagerare nella cautela, piuttosto che nei rischi. Di fronte all'inatteso, meglio prendere per buona un'eventualità anche poco probabile, piuttosto che affidarsi alla buona sorte e trascurare ogni precauzione. Lo psicologo Norman Holland l'ha spiegata in questo modo. Ci sono tre uomini delle caverne; a un certo punto il primo esclama:

«C'è un leone dietro quel cespuglio!» Mentre il secondo scappa e si mette in salvo, il terzo replica: «Non prendermi in giro, non ci sono leoni da queste parti, ora vado a vedere dietro il cespuglio». Chi secondo voi ha avuto le maggiori probabilità di riprodursi? [«Lion or no lion, it's better not to take a chance»](#).



Per questo, in prima battuta, tendiamo a dare credito alle notizie sensazionali. Per questo, anche, siamo accaniti consumatori di ansiolitici: siamo stati prede, più che predatori, per una parte lunghissima della nostra storia evolutiva. Ovviamente, poi intervengono – dovrebbero intervenire – anche altri meccanismi di controllo. La faccenda non è dissimile dal problema dell'obesità: la specie umana ha una naturale tendenza a ingrassare perché si è evoluta in condizioni di penuria alimentare, e infatti una parte cospicua della popolazione oggi è sovrappeso. Ma in questo non c'è nulla di inevitabile. Così come sta a noi decidere quanto e quale cibo è meglio assumere, sta a noi valutare la commestibilità delle informazioni, evitando sostanze tossiche, indigeste, allucinogene. Di certo, alle evenienze meravigliose rimarremo sensibili. Stefano Bartezzaghi, con la consueta arguzia, ha notato che «bufala» è un anagramma di «fabula»: la nostra disponibilità ad accogliere ipotesi poco verosimili ha molto a che vedere con la letteratura. E con la ricerca scientifica, anche.

Ma finora non abbiamo parlato che di notizie false, di *fake news*. Nulla di nuovo, in linea di principio – anche se la fortuna dei media sociali ha incrementato in misura esponenziale la possibilità di mentire, consentendoci altresì di propagare con rapidità vertiginosa affermazioni in contrasto con i dati di realtà. Su questo fronte non possiamo che augurarci un'attenzione maggiore alla prassi del *fact checking*. Occorre che nell'opinione pubblica si diffonda lo scrupolo di verificare l'attendibilità delle notizie, magari consultando di tanto in tanto i [siti](#) dedicati. È necessario, è urgente adoperarsi perché maturi un'adeguata consapevolezza circa la necessità di controllare la veridicità delle affermazioni pubbliche. E va da sé che molto possono fare, in questo campo, gli organi di informazione.

Ma proprio qui sta il punto. Il problema della «post-verità» è diverso da quello delle bufale. Se il termine *post-truth* è stato proclamato «parola dell'anno» da [Oxford Dictionaries](#) non è perché nel 2016 si sia mentito più che negli anni precedenti, ma perché è calata l'attenzione a distinguere tra affermazioni vere e affermazioni false: e ce ne siamo accorti perché leader politici come Nigel Farage o Donald Trump ne hanno saputo trarre abilmente profitto. Ora, che i politici dicano bugie non è davvero una novità; la novità sta nel fatto che non si curino più di essere creduti. Il loro fine non è di persuadere chi ascolta della veridicità effettuale di quanto dicono: l'obiettivo dei discorsi è di compiacere inclinazioni precostituite e impermeabili alla verifica. All'inganno dello scaltro demagogo ai danni del popolo ingenuo è subentrata una forma di collusione empatica che

scavalca bellamente la dimensione della prova di realtà. Il politico asseconda le false credenze che circolano, dà loro voce, ne escogita artatamente di altre, consone ai propri fini, e sfugge alle richieste di controllo.

Il caso esemplare rimane a mio avviso la questione del luogo di nascita di Barack Obama. Come tutti ricordano, durante la campagna elettorale del 2008 la destra repubblicana mise in circolazione la notizia (falsa) che Obama non fosse nato negli Stati Uniti, e quindi non potesse candidarsi per la Casa Bianca. Obama esibì i documenti originali, ma tanto non bastò a sopire le voci. Trump, che si era schierato fin dall'inizio con i «dubbiosi», in data 26 agosto 2012 postò questo memorabile tweet: «An 'extremely credible source' has called my office and told me that [@BarackObama](#)'s birth certificate is a fraud». E, incredibilmente, la questione è ritornata a galla anche nell'ultima campagna presidenziale, quando Obama non era più in gioco (per una sintesi della vicenda, vedi [qui](#)).

Da sempre, nelle campagne elettorali e non solo, le emozioni tendono a prevalere sui fatti. Ma altro è occultare o manipolare la realtà perché non contraddica le emozioni, altro è sorvolare semplicemente sui fatti – e parliamo di fatti accertabili, accertati – contando che l'uditorio preferirà distogliere lo sguardo dalla realtà e appagarsi delle emozioni. La «post-verità» dei nostri tempi è questo. Non è qualcosa che venga «dopo» la verità (ha buon gioco allora chi si domanda quando mai ci sia stata un'epoca della verità): è il non darsi più pensiero della verità, quale essa sia. Un atteggiamento molto più difficile da contrastare del banale credere vere cose che non lo sono. E vale la pena di sottolineare che *post-truth*, grammaticalmente, è un aggettivo (per lo più associato al sostantivo *politics*): per la precisione – cito dal sito di Oxford Dictionaries – un aggettivo riferito a circostanze in cui i fatti oggettivi influenzano l'opinione pubblica meno degli appelli alle emozioni e alle credenze personali.

Ovviamente in tutto questo i nuovi media hanno un ruolo, eccome, perché hanno enormemente dilatato lo spazio del discorso. Il web offre l'inedita possibilità di condividere con un'infinità di sconosciuti qualunque convinzione, anche la più infondata e bislacca, anche la più capziosa e cervellotica. Possiamo circondarci, ammantarci, infagottarci di parole altrui che non rispecchiano lo stato delle cose ma corrispondono al nostro sentire, confortano i nostri desideri e rancori, si fondono con le nostre elucubrazioni e idiosincrasie. Finché, s'intende, la realtà brutta non verrà a chiedercene il conto. Non è detto, peraltro, che allora rinsaviremo: la via di negare la realtà è sempre aperta. Alla peggio moriremo

come don Ferrante – cioè come eroi di Metastasio: denunciando le congiure dei poteri forti capaci di compiere qualsiasi nefandezza, e intenti a occultare l'esistenza di colombacci grossi come tacchini.

---

Se continuiamo a tenere vivo questo spazio è grazie a te. Anche un solo euro per noi significa molto.

Torna presto a leggerci e [SOSTIENI DOPPIOZERO](#)

---

