

# "Difenditi da chi ti vuole manipolare"

Massimiano Bucchi

5-6 minuti

---

In vista delle elezioni europee, la RAI sta diffondendo una campagna realizzata da ERGA (gruppo di agenzie che regolano nei diversi Paesi i servizi audiovisivi) in collaborazione con la Commissione Europea. **“Sii critico su ciò che leggi online” ammonisce lo spot.** E sin qui, come non concordare? Anche se viene il dubbio che gli autori aderiscano a **un diffuso e fuorviante stereotipo: “online uguale fake news, offline uguale informazione di qualità”.**

**Forse non sarebbe male essere critici anche verso ciò che si vede in televisione o si ascolta alla radio**, ad esempio? “Il mezzo è il messaggio” secondo un celebre aforisma del sociologo Marshall McLuhan ma è assai difficile, oggi come oggi, che il mezzo sia di per sé garanzia di qualità. YouTube permette di ascoltare brani originali delle conferenze di Einstein e al tempo stesso di assistere a gare in cui angurie sono lanciate con la catapulta in faccia ai contendenti (8 milioni di visualizzazioni): la piattaforma di per sé li mette sullo stesso piano.

Ma andiamo avanti. **“Controlla le fonti e fidati solo di quelle affidabili” prosegue lo spot.** Già, **come se fosse facile.** Poiché lo spot viene diffuso in un contesto di campagna elettorale, prendiamo un esempio tipico: il candidato o esponente politico che afferma che un cospicuo bonus per le ristrutturazioni edilizie avrà un impatto positivo sulla crescita economica. O l'esponente di un'altra parte politica che afferma, al contrario, che il bonus è stato una sciagura per i conti pubblici senza peraltro avere un impatto significativo sulla crescita. Che lo affermino in televisione o sui social, poco cambia: si tratta di fonti affidabili o di un caso, come si usa dire oggi, di “fake news”? Per il cittadino è molto difficile rispondere a questa domanda, tanto che la discussione è aperta anche tra gli addetti ai lavori.

**Già da molto prima che esistessero i social, infatti, il giudizio degli elettori su simili affermazioni dipende da una serie di elementi (tra cui la fiducia e l'affinità politica verso la fonte) più che da una puntuale verifica della veridicità delle informazioni.**

Questo naturalmente non significa che il tema della qualità dell'informazione non sia rilevante, anzi. Ma per affrontarlo davvero bisognerebbe far emergere un imbarazzante paradosso: cioè che tutti ci lamentiamo per la (scarsa) qualità dell'informazione, ma quasi nessuno è disposto a pagare un'informazione di qualità, qualità che ha ovviamente un costo.

Un dato caratteristico del nostro tempo è l'aspettativa che l'informazione sia accessibile gratuitamente (o lo sia almeno apparentemente, ovvero pagata con i nostri dati e la disponibilità alla profilazione pubblicitaria).

**“Difenditi da chi ti vuole manipolare” conclude lo spot. Un invito certamente condivisibile. Per raccogliarlo davvero, tuttavia, occorrerebbe prima di tutto evitare la retorica e mettere in discussione alcuni diffusi pregiudizi sull'informazione.**

4 giugno 2024

© RIPRODUZIONE RISERVATA