

La democrazia si basa sulla divisione di tre poteri: legislativo, esecutivo e giudiziario.

Ai suddetti, oggi, ne va aggiunto un quarto: l'informazione; o quello che, in realtà, della democrazia se ne frega. La parola informare deriva da *in-formare*, ovvero dare forma, in questo caso alle coscienze del popolo. La parola è il mezzo più potente con cui si plasmano le menti, non a caso tutte le grandi dittature hanno sempre cercato di controllare i mezzi di comunicazione. In un'epoca nella quale la maggior parte dei mass media mira a disinformare, o meglio a non informare oggettivamente, in modo tale da influenzare le decisioni delle persone quali elettori, consumatori, risparmiatori, è facile immaginare lo scenario. Basta guardarsi attorno.

Negli ultimi anni c'è stato un cambiamento radicale nel modo in cui le notizie vengono fornite e, allo stesso tempo, nel modo in cui gli utenti le ricevono. Il passaggio dalle news in forma cartacea a quelle su vari tipi di schermi e di display – grazie alla diffusione capillare di blog, social network e siti web – se da un lato avvantaggia perché è più semplice e meno oneroso reperire informazioni, dall'altro crea un danno non indifferente alla qualità delle informazioni stesse.

Si esegua un'attenta analisi sui supporti e di quanto veicolano: la maggior parte delle notizie risulta essere non del tutto attendibile, carente di fonti, falsata o direttamente falsa; ogni giorno ci si deve dibattere – e con una fatica niente male – e destreggiare tra milioni di notizie, alla ricerca delle poche veritiere. Eppure il compito primo della libera e consapevole informazione dovrebbe essere, appunto, informare sui fatti, senza influenzare con sillogismi l'opinione di chi legge. Gli strumenti mediatici, invece, manipolano e plasmano la maggior parte delle notizie proprio allo scopo di poter inquinare, orientare, quindi creare ex novo le opinioni e le tendenze del pubblico, che viene così distolto dall'attenzione per le vere questioni. Si riempiono dai Tg ai quotidiani, e pagine internet di gossip, mode, litigi, e battibecchi politici in perfetto stile Uomini & donne (per citare uno dei punti più bassi della demenza catodica mai toccati).

Marco Della Luna, avvocato e psicologo, e Paolo Cioni, neuropsichiatra, nel libro *Neuroschiavi, manuale scientifico di autodifesa*

, scrivono: “La totalità delle persone, educata dalla tivù alla passività e alla pigrizia mentale sin dall'infanzia, non sviluppa la capacità di mantenere l'attenzione autonomamente, se non è emotivamente coinvolta. I manipolatori lo sanno bene e per veicolare le loro informazioni (commerciali, politiche, economiche, ecc.), mantengono viva l'attenzione della gente, agendo direttamente nell'emotività. Questo si chiama intrattenimento. Il paradosso è che sono le persone stesse che esigono di essere intrattenute e non informate, e ovviamente il Sistema le accontenta: informa (a modo suo) attraverso l'intrattenimento”.

Si riproducono, perciò, titoli accattivanti, che spesso non rispecchiano i contenuti a cui si rifanno, per non dire della già menzionata cronaca rosa, le schiume e i dissidi in diretta tivù che fanno audience, i dibattiti in cui tutte le colpe dei mali del vivere, della crisi, del degrado del mondo sono degli ultimi, dei migranti, ed altre quintalate di veleni. Il disegno è semplice: infettare senza tregua le menti dei cittadini, portando le masse – la massa, si sa, non ragiona:

agisce in base a stimoli e impulsi primitivi – al più alto stato di confusione su tutto: islam, voto, sanità, scuola, fede, morale, paure e psicosi di ogni tipo, preferendo ancora intrattenere invece che informare. La polemica sulla attitudine di larga parte del giornalismo a vendersi è, insomma, fondata su basi concrete non per volere di chi accende la miccia (perché la miccia ormai serve per tutto: se non c'è scandalo, tweet, post indignato con invito a far girare, flame war, non c'è notizia), ma per chi dà il cattivo esempio. Del resto vendersi è un'attività che agli uomini riesce bene da secoli, ed è un gesto che non è mai finito sul banco degli imputati.

I fornitori di informazioni, chiunque essi siano, dovrebbero tenere ben presente che oltre ad avere un gran potere, hanno anche grandi responsabilità. A cominciare dal dovere di divulgare notizie complete, obiettive, imparziali, di vera utilità comune, pur inserendo, legittimamente, al loro interno, l'opinione di chi le comunica.

Purtroppo le principali fonti di informazione, giornalistica e televisiva, sono viziate dal loro “non essere indipendenti”, ne consegue che, molte delle notizie che raggiungono il pubblico vengono adattate a seconda di chi fornisce i supporti per divulgarle. Nei Tg nazionali accade di vedere dare più spazio a un bottegaio che evade due scontrini, o al flirt del vip del momento, piuttosto che a piaghe come il caporalato o la mafia nelle istituzioni. Può sembrare un discorso qualunquista, ma i piccoli imprenditori sono ogni giorno nella bufera, e un capoclan come Messina Denaro continua ad essere uccel di bosco.

Non ultima, c'è la frenesia del “condividi!!11!1!!” che porta a divulgare notizie senza le opportune verifiche, o la strategia dell'ipotesi dietro cui viene, così facendo, lanciata una notizia che potrà essere smentita senza timore di fare la figura dei fabbricanti di bufale. Questo perché era una supposizione, un *rumour*.

A conferma della deriva vi sono blogger, influencer, youtuber, che divulgano le proprie convinzioni come dati di fatto, influenzando milioni di lettori che prendono per oro colato ciò che esce dalle loro tastiere.

Non a caso l'Italia si colloca agli ultimi posti in Europa nella classifica relativa alla serietà di informazione, e cosa ancor più grave è tra i primi per l'incapacità del popolo di leggere e interpretare le suddette. È facile capire come chi dispone di uno o più canali mediatici possa abbindolare nugoli di uomini, i quali sono del tutto convinti di avere modo di formare un proprio background di idee tramite la facilità di accesso ai dati che la tecnologia garantisce. È lo spettro dell'*uomo a una dimensione* di Marcuse, concretizzato.

Pertanto le vie di comunicazione sono aumentate, ma a discapito della loro attendibilità. Il dibattito su come limitare il proliferare di fake news è fermo, poiché l'art. 21 della Costituzione sulla libertà di diffondere idee e informazioni, e l'art. 15 della Direttiva 2000/31/CE che vieta alle autorità nazionali di imporre agli Internet Service Provider di procedere ad una sorveglianza generale sulle informazioni che trasmettono o memorizzano, entrerebbe in conflitto con una eventuale legge che porti a sanzionare la diffusione di notizie false.

Inoltre la sola idea che un soggetto nazionale, pubblico o privato, vigili sulla veridicità o sull'attendibilità di una notizia e quindi decida se diffonderla o meno, in primo luogo fa rabbrivire, in secondo suona più che autoritaria, del tutto avulsa dalla democrazia che andiamo sbandierando.

Sul tema, venticinque premi Nobel ed intellettuali hanno firmato un appello rivolto a sessanta capi di Stato e di governo, che incontrandosi per il centenario della Prima Guerra Mondiale hanno parlato e mangiato, mangiato e parlato, e poi pubblicato una “Dichiarazione

internazionale sull'informazione e la democrazia" di una tale utilità che ricicla termini già obsoleti negli anni Sessanta.

Ci parliamo davvero tanto addosso?

No, di più. Ci tuffiamo nella minestra riscaldata e la beviamo come fosse il solo nettare capace di dar tutte le vitamine e gli zuccheri necessari ai discorsi e tradurli in azioni, che tuttavia non avvengono mai. In sostanza, il gotha dei cervelloni ha prodotto, dopo aver parlato e mangiato, mangiato e parlato, la creazione di un gruppo internazionale di esperti che dovrà "garantire il senso di responsabilità e la necessità di trasparenza di tutti coloro che contribuiscono a strutturare lo spazio della comunicazione e dell'informazione" coinvolgendo anche le aziende del web, al fine di sostenere il pluralismo e promuovere un'informazione libera e affidabile. Che dire: nel Sessantotto si era meno rivoluzionari e più moderni.

In (vana) attesa che l'appello smuova le acque, come possiamo districarci in questo mare di notizie? Usando il cervello. E restituire all'etica il posto che merita. No, non è un discorso politico, è semmai la politica che dovrebbe fare un discorso statista, ovvero servirsi delle proprie politiche per aiutare i cittadini, coi media a fare da cane da guardia, anziché servirsi dei cittadini per attuare le proprie politiche, tramite il supporto di (non tutti, va detto) molti media pronti a fare il cane da compagnia, che scodinzola felice quando vede il padrone riempirgli la ciotola.