

L'INTERVISTA

«L'informazione nell'epoca del tramonto della verità»

I social network semplificano una realtà che è invece sempre più complessa
Crisi di fiducia tra redattori e lettori, la causa è la scarsa autorevolezza dei media

di GIACOMO MAMELI

Facebook, lanciato nel 2004, ha un miliardo e 600 mila utenti nel mondo. Come altri social network «ha inghiottito il giornalismo, ha inghiottito tutto, le campagne politiche, i sistemi bancari, le storie personali»: lo ha detto Emily Bell, direttrice del Tow Centre for digital journalism della Columbia University. Nel 2020 i Facebook-dipendenti saranno tre miliardi, un abitante su due della terra, con social media che non fanno la tac agli eventi, ma svendono news succhiando soldi come non mai: 85 centesimi di ogni dollaro speso per la pubblicità on line negli States nel 2015 sono andati a Facebook e Google. E ci beviamo quanto annunciano sulle stragi di Parigi, di Bruxelles e di Ankara, sui massacri ad Aleppo, sul mattatoio dei neri da parte della polizia americana, sui gossip, sui suicidi di chi non può difendersi da tanta invadenza. Davanti a questa confusione c'è chi parla di «fine della verità». E allora: se vogliamo informarci, come e chi scegliere? Facebook, un settimanale, il quotidiano regionale della nostra città o quello nazionale del nostro Paese? Chi assicura il lettore, chi è oggi il difensore civico-mediatico del cittadino?

Domande che si pone il giornalista-saggista Giorgio Zanchini. Con Lella Mazzoli è direttore del festival di Urbino e una delle voci più autorevoli della Rai (conduce, ogni mattina, *Radio anch'io* su Radio 1 dopo essere stato voce di Radio3). Col libro *Leggere, cosa e come*, sottotitolo «Il giornalismo e l'informazione culturale nell'era della rete» (Donzelli, euro 19, pagine 167) Zanchini analizza senza dram-

mi «la rivoluzione che ci è piombata addosso», e lo fa con lo stesso rigore che aveva mostrato nel volume Carocci *Il giornalismo culturale*, nell'intervista a Marino Sinibaldi (Laterza 2014) e nel lavoro a doppie mani con Lella Mazzoli *Infocult* per Franco Angeli nel 2015. L'autore, freddo nell'analisi, sogna l'avvento della «media literacy a scuola». Così evita «il rischio di ammassarsi in due angoli»: tra i «tecnocentristi» da contrapporre ai «tardodumanisti» che guardano ai dati Ocse sull'analfabetismo funzionale degli italiani e finiscono per fare i Savonarola sulla decadenza inarrestabile.

Diserta le urne? Non si vuole schierare?

«Tutt'altro. Mi sembrano sbagliate entrambe le posizioni. Per me - ed è anche il rigore didattico della Scuola di Urbino - l'atteggiamento più ragionevole mi pare quello di una prudente e critica accoglienza. Il nuovo mondo ci dà più opportunità, più accesso, più apertura e potenzialmente più sapere. Vanno costruiti gli strumenti per governare questo processo».

Lei scrive che varietà e cambiamento sono componenti genetiche del processo culturale. È nelle cose, insomma.

«Quelle frasi sono di due grandi studiosi della comunicazione moderna, Donald Sassoon e Chava Gourarie. È il progresso. Johann Gutenberg era nato nel 1400, Mark Elliott Zuckerberg nel 1984, lo stesso anno in cui la Apple presenta il primo computer Macintosh. Opporsi al cambiamento è fatica vana, meglio capire ciò che accade, orientare l'evoluzione dove sembra più desiderabile. Occorre avere la forza e la competenza - quelli che chiamavo strumenti - per

smascherare i nuovi poteri, i feudi, i recinti, vanno denunciate le nuove subalternità. Non può essere un annuncio su Facebook a farmi capire il fallimento di una banca come Lehman Brothers che denuncia debiti per 613 miliardi di dollari. Idem potrei dire per il Monte dei Paschi o per qualunque altro grande fatto finanziario o politico, nazionale o internazionale che sia».

Chi può preparare questo lettore consapevolmente critico?

«Il percorso è lungo perché più complessa di prima è la società. I nuovi assetti finanziari o politici si possono leggere, usare in mondo progressivo solo se qualcuno ti insegna a farlo, se ci sono luoghi dove tutto viene sottoposto al vaglio della critica e della discussione, in primis la scuola. È la scuola che deve formare i nuovi cittadini-lettori di domani. Le aste si insegnavano ieri, oggi si deve insegnare anche l'uso di Facebook e di Twitter. Non è un optional, è un dovere».

In attesa di questa rivoluzione la direttrice del Guardian, Katharine Viner, parla dell'«indebolimento sociale della verità», ma anche della «fine della verità».

«L'indebolimento sociale della verità riguarda tutto l'universo del discorso pubblico, perché i social media erodono gerarchie e autorità. In questo campo giornalismo e giornalisti sono uno degli attori, perché hanno concorrenti prima sconosciuti. Però questo fatto invece che indebolire potrebbe, deve rafforzare il ruolo dei giornalisti veri, attendibili, perché c'è bisogno di validazione e affidabilità, bisogna sapere

Il conduttore di «Radio anch'io»
Giorgio Zanchini
tra gli ospiti del Festival del giornalismo culturale da domani a Urbino

dove sta il vangelo. Non a caso nei momenti di emergenza, quando c'è un attentato o un terremoto, è ai siti dei grandi giornali che si guarda. Non c'è un solo guardiano, un Dio della verità, ma i custodi delle notizie affidabili esistono e resistono. E non potranno che essere giornalisti che sanno misurarsi anche con Facebook».

Lei invoca una «terapia» per poterci districare nell'affollatissimo mondo dei media: una cura unica per tutti i lettori-pazienti? Quanti ancora berranno verità che tali non sono?

«Siamo in un'immensa piazza dove c'è chi urla e chi dispera. C'è il rischio che la voce del grande studioso equivalga a quella del pazzo del bar. Mi ripeto: ma l'unica terapia ragionevole mi sembra la scuola, per la precisione la *media literacy* a scuola, e cioè l'insegnamento sull'uso dei media. La lettura ragionata dei quotidiani nelle scuole deve diventare la regola. Nel mare magnum, anche se non è in tempesta, occorre saper nuotare: occorre anche saper leggere i giornali, saper ascoltare le radio e le tv, ogni lettore, ogni utente dei media dovrebbe diventare un *fact checker*. In ogni caso, a verificare l'attendibilità dei dati il giornalista professionista deve esserci, è l'ultima spiaggia del lettore. Ma quel giornalista così capace non si inventa perché ha lo smartphone. Va creato. A scuola».

Altri esempi?

«Cito il Guardian: la redazione è diventata una camera di fact-checking di un pubblico ormai co-attore e co-produttore. Dopo anni di forti perdite, i conti sembrano stabilizzarsi. Alla fine la qualità, la serietà, l'autorevolezza pagheranno».

Beni culturali: come comunicare la grande bellezza

Si svolge da domani a domenica 16, tra Urbino e Fano, il quarto festival del giornalismo culturale. Tema di quest'anno, "immagini e immaginari del patrimonio italiano". Tre giorni di riflessione sul rapporto tra media e patrimonio culturale. Si partirà, come sempre, da una ricerca dell'Osservatorio News-Italia, che risponderà a questa domanda: come musei e gallerie comunicano e si promuovono e quali strumenti utilizzano gli italiani per informarsi. Con Lella Mazzoli (direttrice della Scuola di giornalismo) e col giornalista Giorgio Zanchini intervorranno, fra gli altri, Marino Sinibaldi, Enzo Iacopino, Vittorio Sgarbi, Sergio Rizzo, Stefano Bartezzaghi, Carlo Vulpio, Armando Massarenti, Amedeo Quondam, il rettore Vilberto Stocchi, Piero Dorfless, Massimo Osanna, Vincenzo Trione, Luca De Biase e Dacia Maraini, Maurizio Gambino (sindaco di Urbino). Fra i beni culturali italiani uno spazio sarà riservato ai nuraghi, a Mont'e Prama e alla chiese preromaniche e romaniche della Sardegna.



IL MODELLO THE GUARDIAN

“ Dopo anni di forti perdite, i conti della testata migliorano: la qualità, la serietà e l'indipendenza alla fine pagano



COMPETENZA AL PRIMO POSTO

“ Per smascherare i nuovi poteri, i feudi, i recinti, le subalternità servono soprattutto strumenti di conoscenza

