



Post-verità

Un nuovo sistema di diffusione delle informazioni

La post-verità è un meccanismo della comunicazione che permette di interpretare diverse modalità con cui le informazioni sono diffuse al tempo del web sociale; spesso è associata ai fenomeni di presa di mira, di elezione a bersaglio di gruppi o singoli e alla diffusione delle fake news.

What news? La post-verità

Infatti, le fake news sono sempre esistite nella storia umana e anche in quella dell'informazione. Tuttavia, al tempo del web sociale, diventano più impattanti e potenti perché si inseriscono nel regime informativo chiamato "post-verità". Questa è la vera novità! Di cosa si tratta? Indica quella condizione secondo cui, in una discussione relativa a un fatto o una notizia, la verità (il fatto, i dati...) viene considerata una questione di secondaria importanza rispetto alle emozioni che la notizia provoca e alle convinzioni che l'interlocutore ha già da prima. Nel 2016 "post-truth" (post-verità) è stata indicata come parola dell'anno dall'Oxford English Dictionary. Al tempo della post-verità, la diffusione delle fake news è strettamente collegata alla visione polarizzata dei fatti che può portare all'hate speech: non conta se quanto si afferma è vero o falso, ma i sentimenti che suscita e mobilita e se questi fatti confermano le opinioni che ho già in partenza.

Quando inquina il dibattito pubblico

Questo può portare a compromettere il dibattito pubblico: "post-verità" è ad esempio la chiave interpretativa con cui in Italia si è parlato di immigrazione secondo l'Associazione Carta di Roma (<https://www.cartadiroma.org/>), che in Italia monitora come i media italiani parlano di immigrazione.

La Carta di Roma è il codice giornalistico con cui si chiede di parlare correttamente di immigrazione: non vuol dire essere a favore o contro i flussi migratori, ma ad esempio scegliere i termini giusti per descrivere la condizione di chi emigra ("Rifugiato", "immigrato", "richiedente asilo" non sono sinonimi...), ascoltare le loro voci dirette e altre attenzioni di questo tipo, per aiutare il lettore a capire la situazione. Un regime informativo segnato dalla post-verità, invece, non mira a far comprendere ciò che sta avvenendo, ma a confermare ciò che già penso (nel nostro esempio sull'immigrazione) e le emozioni che già sono abituato a provare (in questo caso verso i migranti). Tutto questo non mi aiuta a comprendere quanto sta accadendo, né a formarmi un'opinione valutando i fatti.

Di fronte a temi che facilmente polarizzano e generano flussi emotivi, un primo passo può essere quello di fermarsi qualche attimo per riflettere su quanto abbiamo appena letto e farci alcune domande, simili a quelle che un giornalista si pone quando valuta la qualità di una notizia.

Un esempio

Raccontiamo ora un caso da cui si capisce cosa vuol dire "post-verità". Nel luglio 2018 la nave di un'organizzazione non governativa salva nel Mediterraneo dei migranti che, altrimenti, sarebbero morti (sono oltre 53.000 i migranti morti dal 1993 al 2023 nel tentativo di raggiungere l'Europa). Tra di loro, c'è Josepha, una donna camerunense che fugge da una situazione gravissima. Nel momento del salvataggio, un fotografo a bordo della nave scatta un'immagine in cui lo sguardo di terrore della donna fa immaginare come sia consapevole di essere viva per poco: un ritardo nel soccorso



avrebbe significato la morte per annegamento. Nella storia ci sono delle “immagini simbolo” che rimangono impresse nella memoria; anche quella di Josepha ad occhi sgranati diventa l’icona dei migranti salvati in mare. La nave della Ong, diretta verso le coste della Spagna, non sbarca subito i migranti. Seguono alcuni giorni di navigazione: sono momenti delicati, post-trauma, in cui disperazione e speranza si alternano. I volontari sulla nave provano ad alleviare i dolori dei migranti che hanno visto morire compagni di viaggio e hanno temuto per la propria vita.

Alcuni giorni dopo, prima di sbarcare, si diffonde in Rete una foto di Josepha con lo smalto sulle unghie. Si scatena un’ondata di odio (hate speech) contro di lei, accusandola di aver finto le sofferenze di quei giorni e addirittura di essere un’attrice e non una profuga. La polemica diventa virale e i toni diventano violenti in poche ore.

In realtà la spiegazione allo smalto di Josepha era molto semplice. Diversi commentatori, tra cui alcuni giornalisti presenti a bordo, lo scrissero sui social e sulle loro testate immediatamente: tingere le unghie è una tecnica che spesso i soccorritori usano per le donne che hanno subito uno shock traumatico. “Josepha ha le unghie laccate perché nei quattro giorni di navigazione per raggiungere la Spagna le volontarie le hanno messo lo smalto per distrarla e farla parlare”, scrisse una nota giornalista italiana.

Eppure, nonostante il fatto fosse stato chiarito facilmente, le polemiche contro Josepha e “i migranti che viaggiano in smalto” continuarono per mesi, diffondendo contenuti razzisti e palesemente falsi. Sul social web notevole è stata la forza di impatto di questo discorso. È proprio questo un esempio di post-verità: la fake news ha avuto forza perché raggiungeva persone che, indipendentemente da come fossero andate realmente i fatti, erano già da prima ostili verso i migranti. Inoltre la fake news produceva emozioni (xenofobe) intense, pur ingannando le persone. Un contenuto che puntava su convinzioni pregresse ed emozioni intense.... la forza della post-verità!

Per approfondire

Maddalena, G., Gili, G. (2017). *Chi ha paura della post-verità? Effetti collaterali di una parabola culturale*. Bologna: Marietti.

Pasta, S. (2023). *Razzismi 2.0. Analisi socio-educativa dell'odio online*. Brescia: Morcelliana Scholé.

Vitale, T. (2019). *Raid, spari e pestaggi contro i rom in Francia: quando una fake news diffusa sui social scatena l'odio razzista*, Cremit.it, urly.it/3v-wg.