



[HOME](#) [ATTUALITÀ](#) [MEDIA](#)

Tra fake news e Breaking Bad. Come affrontare il mondo della post verità?

La nostra realtà è cambiata: non possiamo più ragionare con un semplice criterio di vero e falso. Come orientarsi? Risponde Andrea Fontana, tra gli invitati del Festival della comunicazione di Camogli



(Photo by Jessica Kourkounis/Getty Images)

RASSEGNA STAMPA

Wired.it

7 settembre 2017



Pagina 2 di 8

*Come orientarsi nel mondo delle fake news e della post-verità? Risponde **Andrea Fontana**, autore e imprenditore che ci anticipa il contenuto del suo intervento al **Festival della comunicazione di Camogli** (dal 7 al 10 settembre, di cui*

*Wired è media partner), previsto per sabato 9 settembre alle 12:30, intitolato **Connettersi nella post-verità: limiti, vizi e virtù delle iper-relazioni**. Fontana insegna Storytelling e narrazione d'impresa all'università di Pavia ed è cofondatore di Storyfactory, prima società italiana nel campo della narrazione d'impresa. È autore, per Hoepli, del recente #Iocredoallesirene. Come vivere (e bene!) in un mare di fake news.*

*di **Andrea Fontana***

Qualche tempo fa **Vince Gilligan**, ideatore della serie tv **Breaking Bad** ha dovuto prendere posizione pubblicamente, su social media e tv americane, per chiedere ufficialmente ai fan della serie di non lanciare pizze sulla casa di **Walter White**, protagonista della fortunata fiction. Alcuni appassionati infatti, più zelanti del dovuto, avevano preso la cattiva abitudine di andare a visitare la casa dove era stata **girata la serie** e di **lanciare pizze** sul tetto – imitando il comportamento del protagonista in un episodio divenuto memorabile.

Peccato che quella casa non fosse di proprietà di White, che naturalmente è personaggio fittizio della serie, ma la residenza di una tranquilla e reale **famiglia di Albuquerque**, in New Mexico. La vicenda mi ha fatto riflettere molto sulle **dinamiche della comunicazione e informazione contemporanea**. Come



spiegare infatti episodi simili sempre più diffusi dove *finzione* e *realtà* si incontrano e fondono insieme?

Sono convinto che sia in corso una profonda revisione del modo in cui noi tutti **percepiamo il reale**. Come se il **reale** stesse allargando le sue maglie e da oggettivo e fattuale, dipendente dai fatti, diventasse sempre più **soggettivo, relazionale e contro-fattuale**, sganciato dall'oggettività dei fatti.

Molti commentatori sono convinti di questo e sostengono che la **post-verità** diventa cifra e condizione di un **mondo connesso** e che vive in **iper-relazione**. Certo, il tema della post-verità e più in genere delle **fake news**, che sta assorbendo molto dibattito contemporaneo, non è nuovo. Solitamente la questione viene liquidata in modo sbrigativo: le **fake news** sono il **male**, il **falso**, l'**imbroglio** rispetto a una verità non meglio definitiva. Esattamente come è male che i fan della serie *Breaking Bad* gettino pizze sul tetto di una casa di Albuquerque. Persino il **Global Risk Report 2017**, del World Economic Forum ha inserito “*il dibattito pubblico nell'era della post-verità*” tra i grandi vettori di possibile delegittimazione delle democrazie occidentali.

Conosciamo ormai le dinamiche di comportamento di molti utenti online:



1. ottenere informazioni che aderiscono al proprio sistema di credenze (confirmation bias);
2. trovare profili e persone con inclinazioni simili (echo chambers);
3. rinforzare e radicalizzare le proprie posizioni di partenza (polarizzazione).

Condotte che avvengono a prescindere dal livello di **scolarizzazione**. Fin qui il dibattito in corso. In realtà, credo sia necessario guardare questo dibattito anche da un altro e radicale punto di vista. E cioè cercando di capire il **bisogno profondo** che molti oggi hanno di frequentare la **finzione**, la **simulazione alternativa** di vita, le *contro-realtà*, etc.

Viviamo ormai in una condizione sociale fatta di **finzione positiva** e siamo noi a creare un mare di *informazione falsata* senza nemmeno accorgercene. Le fake news non sono solo sinonimo di **imbroglio** ma, oggi più che mai, anche sintomo di una serie di **inquietudini profonde** legate alla nostra contemporaneità, dispersa su più piattaforme di conoscenza e dominata dalle logiche dei **deep media**.

Visto da qui, il *fake* diventa un modo diverso di fare i conti con la realtà, sempre più sospesa tra **finzionalità**, **polarizzazioni affettive** e **condivisione sociale**.

Abbiamo quindi la necessità di capire le nuove regole di questo gioco e sviluppare competenze per stare in una dimensione comunicativa in cui la **contro-fattualità** diventa pratica di vita online e offline, oltre il dilemma del vero-finto.



Che ci piaccia o no, dobbiamo imparare a vivere in mondi dove esistono **realtà alternative** che generano **consenso sociale** e **valore di business**. Il problema, come ho cercato di evidenziare in un recente saggio pubblicato da Hoepli: *#IoCredoAlleSirene. Vivere (e bene!) in un mare di fake news*, non è la polarizzazione di una notizia o la sua radicalizzazione ma il modo in cui le notizie vengono co-costruite da noi tutti. Da questa angolazione si comprende che non esistono tanto le *notizie false*, ma piuttosto sussistono le ***notizie falsate*** che possono essere almeno di tre tipi:

- quelle effettivamente *manomesse* da una cattiva volontà: notizie ingannatrici e costruite ad arte per attaccare una reputazione (personale e aziendale);
- quelle *snaturate* per errore o dalla disattenzione di scarse professionalità;
- quelle *deformate*, da tutti noi, ogni volta che scattiamo foto, le filtriamo con testo e le mettiamo online.

Questa dinamica di costruzione sociale dell'informazione e della conoscenza ci costringe a chiudere il mito moderno della ***razionalità cristallina*** e dell'opinione pubblica informata in modo **trasparente e lineare**; ci impone piuttosto di fare i conti con la consapevolezza che l'immaginario, il fantastico, lo strano e persino il metafisico dominano incontrastati nelle nostre **percezioni** e nella nostra ***idea di mondo***. In sostanza non viviamo in un mondo informato, ma **mis-informato**, dove noi tutti siamo agenti della misinformazione: l'**alterazione fisiologica** e semi



volontaria delle notizie. Non viviamo nel *reale* mediatico, ma nel *realistico* mediatico: i racconti che facciamo dei fatti che ci circondano.

Siamo entrati in un tempo storico in cui non possiamo più pensare alla costruzione di conoscenza sociale come a una forma di **contrasto** (tra vero e falso), piuttosto dobbiamo familiarizzarci con un nuova predisposizione mentale **non contrapposto al mondo dell'immaginario**.

La **post-verità** non è un'eccezione, una **temporanea deviazione** dal flusso della verità storica. Non è un avversario ideologico da abbattere, perché più la si contrasta più si rinforza, ma una **situazione strutturale e fisiologica** con cui fare i conti.

Con la **post-verità** muta la relazione tra realtà e finzione e si rivela come la **mente narrativa** stia prendendo il sopravvento sulla **mente descrittiva** nel nostro vivere sociale e mediatico. Questa condizione *narrativo-immersiva*, sempre presente ormai nel nostro *connetterci*, determina ogni proposta sociale, economica e geopolitica, spostando di peso i confini del *vero* e ridisegnando i suoi perimetri, che possono essere anche *finzionali*. Parafrasando Todorov: **è il peso del fantastico nel reale**. Siamo sulla soglia di una nuova era in cui dovremo sviluppare nuove **conoscenze, capacità e abilità** per viverci e lavorarci. Al di là di ogni



riduzionismo che vorrebbe vedere le società democratiche divise in due: **poveri-ingenui contro ricchi-sapienti**.

Quello che davvero dobbiamo capire oggi è che non potrà mai esistere nessun tribunale della verità, o peggio **algoritmo del vero**, capace di fermare l'incidere della **contro-fattualità** in un mondo comunicativo dove tutto è sempre più **cognitivo** e **narrativo**; dominato dalle logiche dei *deep media* e dell'**intelligenza artificiale distribuita** il contro-fattuale e la simulazione di vita diventa modello di mondo.

In questo nuovo universo esistenziale, in cui trascorriamo gran parte del nostro tempo, non serve a nulla l'appello ai **fatti** e all'**obiettività**. Bisogna solo capire le **nuove regole del gioco**. Quindi, come giornalisti, comunicatori aziendali, social media expert e commentatori istituzionali non possiamo far fronte alla post-verità e alle fake news semplicemente appellandoci alla **dicotomia realtà/fandonia**. Piuttosto dobbiamo sviluppare consapevolezza e competenze che ci supportino a vivere in una dimensione sociale e comunicativa in cui il *daydreaming* e la **contro-fattualità** sono diventate **pratiche di vita online e offline**. Paradigmi di senso, intrattenimento e riconoscimento sociale, con tutti i vizi e le virtù che questo comporta. Anche se Walter White non abita più qui con noi, siamo tutti diventati protagonisti di un mondo in cui la dimensione del fantastico è più vera

RASSEGNA STAMPA

Wired.it

7 settembre 2017

Pagina 8 di 8



del reale. E in cui dobbiamo imparare a comprendere non cosa è **vero** o cosa è **falso**, ma cosa è **vero-falso** nei nostri comportamenti mediatici quotidiani.