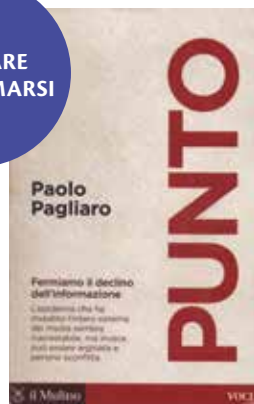


Siamo narcisi poco informati

In un periodo d'inflazione di informazioni, l'attenzione è diventata una merce molto rara e molto costosa. Scarsa come il tempo delle persone. Importante come il denaro. Per catturare l'attenzione non serve approfondire, verificare. Spesso basta proporre un pensiero semplificato, non importa se labile o bugiardo.

(PAG.74)

TORNARE
A INFORMARSI



Paolo Pagliaro

PUNTO.
Fermiamo il declino
dell'informazione

Il Mulino, 2017, pp. 128, € 12,00.

▷
**Ci si nutre
di frammenti**
NAUFRAGIO
COGNITIVO.



La stagione del narciso sta sostituendo quella dell'informazione. Un passaggio storico che ha una data ben precisa: 17 dicembre 2006. È il giorno in cui il settimanale *Time* dichiara uomo dell'anno "You". Cioè tutti gli utenti della rete, che avrebbero dovuto democratizzare il giornalismo, sostituendosi ai migliori professionisti.

In realtà, da lì ha inizio il «declino della verità». «Promuovendo Narciso a "persona dell'anno", *Time* ha inaugurato l'era della post-verità».

È la tesi che attraversa il libro di Paolo Pagliaro, giornalista che conosce la professione in tutte le sue declinazioni e che da una decina di anni è coautore del talk *Otto e mezzo* de La 7, con il suo seguito *Punto*.

L'agile pamphlet oltre a descrivere senza diplomazie il declino del giornalismo (italiano, in particolare) è un atto di accusa contro chi usa toni trionfalistici quando parla di rete e di internet. Rappresentarli «come il luogo dove si esercita la democrazia diretta, in condizioni di grandi libertà. È una bugia. Così come non è vero che sia la rete a fornirci le informazioni su come va il mondo e a suggerirci cosa pensare». Ciò che è successo, invece, è che la stagione dei narcisi ha arricchito i 4 o 5 padroni del web (Google, Facebook, Apple, Amazon, su tutti) e licenziato migliaia di giornalisti, chiuse decine di agenzie di stampa, di uffici di corrispondenza, e, di conseguenza, sempre meno viaggi nei luoghi delle crisi, per raccontarle. Risultato: mai come oggi sappiamo così poco di quel che accade in Medio Oriente o in Africa.

Siamo perennemente connessi. Tuttavia la nostra attività prevalente non è informarci, ma interrompere quello che stavamo facendo. E «nutrirsi di frammenti - ci racconta Pagliaro - diventa piano piano la condizione quotidiana di chi vive immerso nella costante attenzione parziale». Il frutto di tutto ciò è il naufragio cognitivo.

L'autore del libro dedica un capitolo alla disarmante incultura democratica del Movimento 5Stelle, il cui leader ha proposto una giuria di cittadini estratti a sorte per valutare la validità delle notizie. Pagliaro sposa una vecchia tesi di Umberto Eco («Esiste una censura per eccesso di rumore») e rivela come non sia l'informazione in sé a instupidirci, ma l'intensità con cui siamo gettati nel flusso.

Che fare? (titolo anche dell'ultimo capitolo). Pagliaro cita uno slogan del *New York Times*: «La verità è difficile da trovare. Ma è più facile cercarla con mille giornalisti». L'investimento sull'informazione di qualità è dunque una via di uscita per il coautore di *Otto e Mezzo*, «ovviamente costosa, però può rivelarsi un affare. A patto di non essere succubi della rete, ma, al contrario, di saperla utilizzare per migliorare il prodotto e ampliare il proprio target». Dopo pagine disarmanti sul potere del web, la proposta, pur corretta, appare come il classico bastoncino che tenta di frenare una slavina. **(Giba)**