

IL PROGETTO

Un luogo di dialogo

L'associazione WeCa, costituitasi legalmente il 22 maggio del 2003, nasce dalla richiesta di una quarantina di webmaster cattolici che, in un seminario di studio tenutosi a Roma nel marzo del 2002, auspicavano la creazione di uno spazio condiviso e sinergico in cui riconoscersi e da cui essere sostenuti nella progettualità formativa e nelle strategie future. Tra i soci fondatori vi sono la Fondazione Comunicazione e cultura, l'università Cattolica del Sacro Cuore di Milano, la diocesi di Roma, l'arcidiocesi di Perugia-Città della Pieve e IdS&Unitem. Per iscriversi all'associazione, personalmente o per conto dell'ente o dell'associazione di cui si fa parte, basta compilare il modulo sul sito [www.weca.it/per-associarsi](http://www.weca.it/per-associarsi). Associandosi a WeCa si avrà la possibilità di usufruire dell'abbonamento gratuito digitale ad Avvenire sino al 20 aprile 2022. Per informazioni: [www.weca.it](http://www.weca.it).

# Alla ricerca della verità dentro il labirinto dei «post»



**Bolzetta:** «Oggi stratificazioni di notizie false, ancorate dalla pratica della condivisione e dei like, hanno finito per creare montagne difficili da scardinare»

DI FABIO BOLZETTA\*

La pandemia da Covid-19 ha inondato il mondo dell'informazione e l'arcipelago del digitale di un evento sconosciuto e inatteso destinato a cambiare profondamente la vita di miliardi di persone. Puntando il microscopio a poco più di un anno fa, secondo l'Osservatorio sulla disinformazione online promosso dall'Autorità garante per le garanzie nelle comunicazioni (Agcom), durante l'ultima settimana di maggio 2020, ad esempio, «l'incidenza della disinformazione sul totale delle notizie relative all'epidemia è ancora maggiore se si focalizza l'analisi sui soli contenuti social prodotti. Infatti, considerando tutti i post e tweet sul coronavirus pubblicati dalle fonti esaminate, quelli di disinformazione rappresentano il 13%». Non è un caso se l'Organizzazione Mondiale della Sanità abbia promosso, a inizio epidemia, una campagna social per ricordare che «l'aglio è un alimento

sano che può avere alcune proprietà antimicrobiche. Tuttavia, non abbiamo evidenze scientifiche che il consumo di aglio protegga dalle infezioni con il nuovo coronavirus». Stessa operazione ha riguardato i benefici dell'olio di sesamo. Resta sempre valido quanto - decisamente in epoca non social - quasi quattro secoli fa, ha osservato il filosofo olandese Baruch Spinoza: «Colui che vuole distinguere il vero dal falso deve avere un'idea adeguata di ciò che è vero e di ciò che è falso». Oggi stratificazioni di notizie false, ancorate dalla pratica della condivisione e dei like, hanno finito per creare montagne difficili da scardinare, poggiate su vallate di convinzioni, emotività e, spesso, pregiudizi. Così come il concetto di post-verità ha certificato. Ecco perché l'antidoto dell'attenzione alla ricerca delle fonti e della conquista del tempo necessario per verificare una notizia o un post resta il cardine di «una rete nella Rete», non per trattenere ma per setacciare fatti e verità. L'Associazione

WebCattolici Italiani (WeCa), non solo durante i mesi più critici della pandemia, si è sempre sentita impegnata per cercare di aiutare ogni utente a «difendersi da infodemia e fake news», affrontando anche le «fake news in ambito religioso», come titolano alcuni dei tutorial dedicati al tema come quello che vi offriamo oggi sulla responsabilità alla cittadinanza digitale. WeCa, conta oltre 100 tutorial realizzati su Chiesa, comunicazione e digitale, pubblicati sulle più diffuse piattaforme in formato video e audio. Come ha scritto papa Francesco nel Messaggio per la Giornata mondiale della Comunicazione Sociale 2021: «Tutti siamo responsabili della comunicazione che facciamo, delle informazioni che diamo, del controllo che insieme possiamo esercitare sulle notizie false, smascherandole. Tutti siamo chiamati a essere testimoni della verità: ad andare, vedere e condividere».

\* presidente dell'Associazione WebCattolici Italiani



Associazione WebCattolici Italiani  
indirizzo: via Aurelia 468, 00165 Roma  
email: [info@webcattolici.it](mailto:info@webcattolici.it)  
sito web: <https://www.weca.it>

# Siamo tutti diventati dei cittadini digitali

**Marchetti:** «In un clima di sfiducia generale la tentazione è quella di credere ad un amico della chat, piuttosto a chi conosce più di noi»

DI RITA MARCHETTI\*

Con la diffusione della pandemia è diventato più che mai evidente che i nostri comportamenti hanno conseguenze, in positivo o in negativo, su chi ci sta attorno. Indossare la mascherina e rispettare il distanziamento sociale sono due azioni attraverso le quali ci prendiamo cura di noi stessi e degli altri. Rispettando queste due regole, facciamo la nostra parte di buoni cittadini. Questa attenzione verso gli altri è fondamentale anche online, ancor più oggi che la nostra vita si sviluppa dentro ambienti digitali che contribuiscono in larga parte alla costruzione delle rappresentazioni sociali della realtà. Ma quali responsabilità abbiamo? Luhmann diceva che ciò che sappiamo dipende dai media. Oggi queste parole valgono ancor più di ieri. Ciò che riteniamo essere vero dipende sempre più dai media digitali. Una delle regole base della comunicazione di crisi afferma che la vera crisi non è ciò che è realmente accaduto, ma quello che le persone ritengono sia successo. Soprattutto in un contesto emergenziale, le informazioni che consumiamo hanno degli effetti sulla realtà che possono contribuire, ad



Il consiglio direttivo di WeCa in una riunione prima della pandemia

esempio, a facilitare o rallentare la campagna di vaccinazione in corso. Spesso, però, le regole di una buona comunicazione di crisi che dovrebbe essere chiara, coerente ed esaustiva sono disattese, alimentando un sentimento di sfiducia da parte dei cittadini. L'abbondanza informativa che caratterizza il nostro tempo può accrescere il sentimento di disorientamento percepito dai cittadini, piuttosto che attenuarne i timori. Tale disorientamento può essere acuito da conflitti tra livelli dello Stato (governo, regioni, comuni, ecc...) o tra esperti (virologi, medici, ecc...) o anche dagli stessi media e sempre più dai social media, divenuti parte integrante

della nostra dieta mediale. Attraverso le piattaforme digitali, reperiamo informazioni e veniamo in contatto con molteplici punti di vista che si affiancano al flusso comunicativo proveniente dalle fonti ufficiali. Pensiamo a quante informazioni ci arrivano dalle nostre reti familiari o amicali tramite Facebook, Instagram, WhatsApp o Telegram. Di fronte a tante informazioni - spesso contraddittorie - provenienti da fonti più o meno autorevoli, a chi credere? La tentazione è quella di credere a me stesso, a quello in cui preferisco credere, a ciò che coincide con le mie convinzioni pregresse, magari figlie di pregiudizi e stereotipi. In un clima di sfiducia generale la tentazione è quella di scegliere di credere di più a un parente o a un amico della chat di calcetto piuttosto che a chi sta sopra di noi. È evidente quindi che ciascuno di noi ha delle responsabilità. Tutti noi siamo vettori di informazione e siamo chiamati a essere prudenti nel condividere contenuti. Condividere un contenuto prodotto da altri non ci rende meno responsabili rispetto a un post o un messaggio scritto ex novo da noi. Se prestiamo attenzione ai contenuti che condividiamo sulla chat WhatsApp di famiglia o della scuola o su uno dei tanti social media in cui abbiamo un account, avremo fatto la nostra parte di buoni cittadini digitali.

\* vice presidente dell'Associazione WebCattolici Italiani



Cellulare e giornali



## Una dieta «mediale» equilibrata, salva dalle troppe informazioni

L'informazione oggi è costruita, letta, scritta e vissuta in forme molto fluide, pensiamo alla velocità con cui commenti, annunci e notizie di diversa natura circolano sui social, alla modalità di passaggio «virale» degli stessi post tra le pagine e i profili di ciascuno di noi, in un panorama della comunicazione segnato da «autorialità» e «disintermediazione». Due aspetti importanti su cui ci soffermiamo. Siamo autori, «prosumer», «consumatori», «spettautori»: un nuovo ruolo che è legato al superamento della necessità di una mediazione per andare online (come ci ricorda il motto «broadcast yourself» di YouTube, ma anche le pagine dei blog, i commenti sui social, i post su Instagram). La produzione di contenuti, messaggi, notizie e post porta a ciò che viene definito «infobesity» - obesità da informazioni. Si tratta di una condizione nella quale assumiamo continuamente informazioni: la metafora alimentare ci riporta alla tesi di Menduni e al lavoro svolto negli anni '90 dello scorso secolo a partire dalla costruzione di una dieta mediale (la dieta di Abbadia), senza essere capaci di distinguere ciò che è vale la pena leggere, ciò che è dannoso, ciò che è poco utile e aggiunge un dispendio di energie cognitive ed emotive eccessivo. La

disintermediazione (Missika, 2006), secondo termine in gioco, prevede la pubblicazione di contenuti, ancora una volta in maniera veloce, senza dover seguire i percorsi ufficiali tipici del circuito delle professioni della comunicazione e dell'informazione (televisione, radio, quotidiani). La disintermediazione, dunque, implica un maggiore accesso, ma rischia di generare confusione (Rivoltella, 2015), elementi da considerare pensando alla costruzione di un profilo di competenza sensato. Queste prime considerazioni ci aiutano a mettere in forma il senso dell'educazione alla cittadinanza (digitale) e al fatto che non si tratta di una cornice teorica, ma di un aspetto concreto: digitale è tra parentesi per il semplice fatto che non esiste una cittadinanza non digitale o fuori dal digitale. Pensando all'attualità, dunque, diventa interessante riflettere sul legame forte tra informazione, analisi critica e responsabilità (tematiche chiave della Media Education), soprattutto in un contesto emergenziale segnato da disorientamento e da una grande abbondanza di input. Siamo chiamati a essere prudenti, critici e responsabili nel condividere e nel produrre contenuti, da buoni cittadini (digitali).

Alessandra Carenzio

### Non dimenticare nessuno

La cittadinanza digitale? La vediamo soprattutto nei servizi più basilari della pubblica amministrazione a vantaggio dei singoli cittadini. Impo- nendoci smartworking e didattica a distanza, ma non solo, la pandemia, secondo gli esperti, ha di fatto accelerato in pochi mesi i processi di digitalizzazione che si sarebbero potuti attendere in cinque o sei anni. Non solo. L'adozione di Spid, carta d'identità elettronica, identità digitale - anche in virtù di operazioni come il cashback di Stato o l'obbligo per le partite Iva di adottare la fatturazione elettronica - stanno portando ad un cambio di passo nel nostro modo di concepire il rapporto con le istituzioni, la burocrazia, il fisco. Si passa dal modello di mille uffici diversi che

comunicano tra loro attraverso l'invio di moduli cartacei ad un'unica identità digitale che dialoga in tempo reale, con dati sempre aggiornati. Lo stiamo sperimentando sempre di più anche nel campo della sanità con il fascicolo elettronico digitale. E il Green Pass europeo, che sta arrivando in queste ore nei cellulari e nelle app dei cittadini italiani vaccinati ci permetterà di viaggiare, partecipare a concerti o eventi pubblici proprio in virtù di quelle reti di dati a servizio dei cittadini.

Di fronte a tutto questo non ci si può dimenticare del tema del divario digitale. Chi non può accedere alla tecnologia rischia di diventare cittadino di «serie B». Nessuno deve restare indietro: vanno moltiplicati gli sforzi di alfabetizzazione digitale. (A.Can.)

Il codice QR con il quale è possibile vedere il tutorial dedicato a «Cittadinanza digitale e informazione: quali le nostre responsabilità?». Gli utenti sono accompagnati nello scoprire come provare a utilizzare il digitale per vivere le relazioni con gli altri. Oltre al Qr code, questo il link al video: <https://bit.ly/cittadinanza-digitale>.



LE PAROLE DEL WEB: FAKE NEWS

## Il pericolo delle bufale

Notizia falsa, che deforma e falsifica i fatti. Talvolta verosimile ma molto più spesso fantasiosa, si diffonde per la credulità delle persone, e precede l'era dei social: Orson Welles nel 1938 annuncia alla radio l'invasione di New York da parte degli alieni, il volo del calabrone «è impossibile secondo la scienza», ma è spiegato scientificamente fin dal 1996, e verificato con riprese ad alta velocità nel 2005. A molti piace pensare che le leggi naturali possano essere violate dall'«ignorante» calabrone, che si verificano eventi eccezionali che cambiano la vita delle persone, conferma indiretta della possibilità di diventare ricchi, famosi, immortali, o anche solo «più acculturati» degli altri. I social han-

no permesso alle fake news una diffusione più rapida e più estesa, con effetti che possono inquinare la vita civile, alterare le convenzioni sociali, influire sulle convinzioni religiose e determinare l'esito del confronto elettorale. Nel mondo della rete domina la post-verità delle fake news: «ripetete una menzogna cento, mille, un milione di volte, e diverrà una verità». Ma chi l'ha detto? La frase fa parte di tantissime «citazioni fasulle» che proliferano sulla rete, ed è umoristico constatare che ha avuto la forza di autoavverarsi. Basta consultare il sito [weca.it](http://weca.it), o [butac.it](http://butac.it), o [attivissimo.blogspot.com](http://attivissimo.blogspot.com) per rendersene conto e imparare a difendersi dalle «bufale».

Andrea Tomasi



### il consiglio del mese

Andrea Canton

Socrate, uno dei più grandi sapienti della storia, basò la sua saggezza sul fatto di «sapere di non sapere». 2400 anni dopo, attraverso uno studio, David Dunning e Justin Kruger, psicologi sociali della Cornell University di New York, dimostrarono come le persone più competenti in un determinato settore - dalla conoscenza di una lingua straniera fino al campo della medicina - sottovalutino le loro conoscenze, mentre al contrario i principianti e i completi ignoranti tendano a ritenersi più esperti di quanto non lo siano in realtà. Più sappiamo e più sappiamo di non sapere. L'effetto Dunning-Kruger è fondamentale per spiegare il funzionamento dell'ecosistema informativo nato grazie al

## La consapevolezza di non sapere serve a difenderci da ciò che è falso

web. Il poter accedere, in ogni momento, dal proprio telefonino alla più grande biblioteca della storia dell'umanità ci ha fatto troppo spesso credere di poter accedere a una veloce conoscenza della realtà stessa, senza i classici intermediari, quei «gatekeeper» esperti, custodi dei saperi. E grazie a questa ignoranza - mista al delirio di onniscienza che molti provano facendo scorrere le loro dita sul touchscreen di uno smartphone - che rende così potenti e pericolose le fake news. Riconoscere la nostra ignoranza è il primo passo. Riconoscere i «gatekeeper», gli esperti, i veri competenti dai capipopolo che usano i trucchi cognitivi delle fake news a loro vantaggio, è il passo più importante.

È infatti l'intermediazione, la relazione - anche personale - con il medico, l'avvocato, il prete del paese, l'insegnante che spegne in noi ogni delirio di onniscienza e ci fa capire come anche l'apprendimento sia sempre un percorso graduale e mai assoluto. Il discernimento e il giudizio critico è una skill che può - e deve - essere allenata negli anni attraverso letture diverse delle stesse notizie, il confronto con esperti e «debunker» di bufale, l'accettazione dei nostri limiti. Si può partire leggendo «Il paradosso dell'ignoranza» di Socrate a Google di Antonio Sgobba. Per gli aspetti più politici non può mancare «Come Internet sta uccidendo la democrazia. Populismo digitale» di Mauro Barberis.