La post-verità: a Pistoia la chiamiamo “menzogna”

La Rivista, Rubriche, Pensieri

Piero Bargellini | 7 Febbraio 2017

L’argomento è molto vasto. Parto dall’articolo 656 del codice penale: “Chiunque pubblica o diffonde notizie false, esagerate o tendenziose, per le quali possa essere turbato l’ordine pubblico, è punito … con l’arresto fino a tre mesi o con ammenda fino a 309 euro”

L’argomento è molto vasto e in questa sede vorrei analizzarne solo alcuni aspetti. Articolo 656 del codice penale: “Chiunque pubblica o diffonde notizie false, esagerate o tendenziose, per le quali possa essere turbato l’ordine pubblico, è punito … con l’arresto fino a tre mesi o con ammenda fino a 309 euro”.

La legge è chiara: *rimane solo da chiedersi perché non viene applicata?* Nel 1968 fu questo l’articolo che mandò davanti ai giudici schiere di studenti che avevano osato scrivere un volantino, ed oggi neppure viene adombrato anche quando si leggono certi titoli come: “Terremotati nelle baracche e immigrati in hotel a 5 stelle”.

Quindi lo strumento giuridico per le bufale, in rete e non solo, *esiste*; basta applicarlo. Un po’ di coraggio, signori Giudici, i cialtroni sono una categoria trasversale e non fatta solo da politici!

Poi c’è un secondo tipo di menzogna: quella costruita con i numeri. Apparentemente oggettivi, i numeri in realtà sono spesso utilizzati per giustificare una tesi precostituita, perché è sufficiente prendere i numeri giusti e scartare, deliberatamente, quelli che la confutano.

Anche in questo caso esiste del dolo, ma è un dolo più sofisticato, più difendibile in una aula di tribunale, anche se resta sempre quello che è: una menzogna. Certi uffici studi, soprattutto delle categorie economiche, sono specializzati in questo, e con una sapiente regia mediatica diffondono dati che servono a dimostrare la tesi che fa comodo.
Essi sfruttano un “pre-giudizio” insito nell’ascoltatore: la categoria vale per tutti: è la sineddoche della menzogna.

Gli albergatori dicono che il turismo è cresciuto di tot%? Tutti pensiamo che sia un dato

universale e certo perché riteniamo che gli albergatori siano i soli ad accogliere i turisti. Invece danno i dati di quante presenze hanno avuto i loro associati e basta. Se poi altri milioni di turisti hanno scelto le case di Aibnb (o altre catene simili) loro non lo possono sapere e quindi il dato che forniscono ha un vizio di origine che fa apparire universale ciò che non è; la parte per il tutto, la sineddoche della menzogna appunto.

C'è poi il terzo tipo di menzogna che però non ha dolo, ma solo colpa; non è un effetto voluto, ma indotto. Per spiegare questo concetto mi rifaccio ad un passaggio del brillante articolo apparso su questo sito a firma di Alessandro Giuliani "Liberare la scienza dalle menzogne della post verità" che qui riporto integralmente: "*Rutherford dimostrava la fondatezza della sua teoria atomica chiedendo al pubblico uno sforzo di fantasia e immaginare gli atomi come delle palle di diversa grandezza. L'evidenza della sua dimostrazione era strettamente dipendente da questo atto di 'fede' nella ragionevolezza del mondo che ci circonda*."

Anche noi prendiamo i dati che sembrano oggettivi (tasso di disoccupazione, ore di cassa integrazione, pensioni ecc.) con il retro pensiero che ci siamo formati negli anni giovanili. Un disoccupato è uno che non ha di che mantenere la famiglia, le pensioni basse fanno fare la fame ai poveri vecchietti abbandonati, ogni lavoratore scansa la cassa integrazione come la peste perché è l'anticamera del licenziamento. In sostanza interpretiamo quei dati come strettamente dipendenti da un retro pensiero che spesso non corrisponde più alla realtà.

Abbiamo costruito quegli indici *al tempo della società elettromeccanica* quando il modello razionale della fabbrica, usciva dai cancelli e permeava tutta la società. Era una società di "massa", dunque tutto era massificato, reso uguale e omogeneo, le persone come le cose, e quindi era possibile compararlo. Il mezzo di comparazione era la moneta che assurgeva a parametro unificate di tutta la società di quegli anni.

Dagli anni Novanta del '900 tutto è cambiato: la società omogenea e quindi di massa non esiste più, dopo tre secoli di inurbamento le città hanno perso circa il 25% dei loro abitanti, l'informatica ha permeato il nostro vivere quotidiano, dal lavoro al tempo libero; la famiglia mononucleare è scomparsa e si è affermata la famiglia relazionale.
Con tutto questo cambiamento, noi continuiamo "leggere" la società con gli stessi indicatori di 50 anni fa e, come aggravante, conferiamo ad essi la stessa valenza implicita.

Per molti la moneta non è più l'unico indicatore di benessere. Un esempio per tutti: i pannelli solari sul tetto producono acqua calda a costo zero, quindi ho un beneficio senza che questo possa essere contabilizzato in alcun modo. Sembra una inezia, ma questa economia "curtense" vale il 13% di Pil con l'aggiunta che è esentasse e, con una imposizione fiscale al 43%, la sua elusione totale diventa un moltiplicatore straordinario.

Nel momento in cui la moneta *sembra assurgere a valore assoluto*, certamente al di sopra del lavoro, chi vernicia gli infissi della propria casa decreta la sua inconsistenza reale e con essa mina alle fondamenta l'indicatore fondamentale del benessere così come lo abbiamo costruito e rimasto nella nostra mente.

Ci siamo raccontati una menzogna, ci abbiamo creduto fermamente e adesso scopriamo la sua vera natura.
Infine esiste un quarto tipo di menzogna. Con il passaggio dalla società elettromeccanica a quella informatica il momento della produzione ha perso valore mentre quello della vendita è diventato centrale.

Con le continue crisi di sovrapproduzione il fuoco della società si è sostato sulle tecniche di vendita e con esso si è passati da una società razionale, perché così è la produzione, ad una irrazionale che riflette l'essenza della vendita. Dall'essere all'apparire, dal sillogismo al falso sillogismo su cui si reggono tutte le tecniche di vendita, dal calcolo preciso e puntuale alla menzogna spudorata.

La società in cui viviamo è divenuta intrinsecamente illogica (basta fare una comparazione tra i cartoon attuali e quelli di 50 anni fa); in questa illogicità si nasconde appunto la menzogna che è diventata struttura portante della società stessa. Per tutta questa serie di cause e concause che fanno della menzogna il pilastro sia istituzionale che sociale, del nostro vivere quotidiano, la società è diventata incomprensibile, irrazionale e illogica. Sono tre aggettivi che rispondono ad altrettante modalità con cui si manifesta la società, non dei rafforzativi del medesimo concetto.

Infine ritengo che un'associazione come le Acli, grazie al radicamento sul territorio e alla sua estraneità da logiche economico-corporative, sia in grado di leggere e interpretare la società attraverso molteplici strumenti, primo fra tutti un questionario che faccia il punto sui nuovi stili di vita che in questi anni si sono andati affermando.