

di Luigi Serrapica

I grafici, fin dai tempi della scuola, sembrano rappresentare l'emblema dell'oggettività scientifica. Nelle loro molteplici varianti, dalle più classiche a quelle esteticamente più eleganti e fantasiose, vengono utilizzati come *pezza di appoggio*. Da parte di politici, in cerca di argomentazioni incontestabili, dai giornali, per arricchire inchieste e validare opinioni, dagli economisti, per spiegare andamenti finanziari incerti e tortuosi. La statistica assurge a modello di oggettività condivisa. Tuttavia, non è sempre così. Le informazioni visive, le infografiche da cui ormai siamo circondati, possono mentire. A volte spudoratamente, anche se non vi è una reale intenzione da parte di chi li propone. Per rendersi conto della correttezza di un grafico e della buona fede dell'autore occorre esercizio e un po' di studio. A sostenerlo è Alberto Cairo, docente universitario presso la School of Communication dell'Università di Miami che, nel suo ultimo saggio, *Come i grafici mentono*, edito in Italia da Raffaello Cortina Editore, cerca di darci una mano.

I miti dell'*immagine che vale più di mille parole* o dei *dati che parlano da soli* sono, spesso, riducibili a frasi ad effetto e slogan difficilmente verificabili. Se l'immagine sintetizza le mille parole, è pur sempre vero che una lettura corretta del grafico ne consente la comprensione di altre che il grafico nasconde e ci impedisce di coglierne appieno. Una lettura parziale, non corretta o pregiudiziale del grafico impedisce di comprendere fino in fondo il messaggio che esso veicola e i dati che esso veicola vanno sempre analizzati, contestualizzati, interpretati.

Occorre diventare *graphicate*, alfabetizzati graficamente. "Se l'alfabetizzazione (*literacy*) è la capacità di leggere e scrivere, l'articolazione (*articulacy*) è la capacità di parlare come si deve e la *numeracy* è la capacità di manipolare prove numeriche, allora la *graphicacy* è la capacità di interpretare i dati visivi"^[1].

- Professore, lei parla della necessità di diventare "graficamente alfabetizzati" come già suggeriva, negli anni Settanta, William Balchin, stimato docente britannico di Geografia. Ma come lo si può diventare in un mondo sempre di corsa e il cui progresso tecnologico ci mette davanti a sfide di apprendimento sempre maggiori?

- Si tratta di un'alfabetizzazione che va di pari passo con quelle relative ad altre aree del sapere. Viviamo in una società costantemente in accelerazione, in cui abbiamo migliaia di informazioni a portata di dito in ogni momento della nostra vita, anche mentre siamo in fila o distratti da un *social network*. Ciononostante è possibile che una persona decida coscientemente di rallentare questo flusso di informazioni e di prestare maggior attenzione a ciò che vede quotidianamente. Probabilmente sembrerà una banalità, ma sono fermamente convinto che possiamo mettere in atto una sorta di *self-control* per cui, anziché semplicemente guardare le cose, potremmo cominciare a leggerle provando a essere maggiormente coscienti del nostro essere consumatori di informazioni. Si tratta di provare a rallentare, con coscienza appunto, senza pretendere di assorbire tutte le informazioni ma limitandosi ad assorbire il contenuto e a capirlo fino in fondo di alcune di esse. In realtà, una delle maggiori raccomandazioni che propongo nel libro è quella di non leggere semplicemente i grafici, ma di prestare attenzione a ciò che vogliono dire e considerare quello che possono significare.

- Nella pratica le occasioni non mancano. Prendiamo per esempio le prossime elezioni politiche negli Stati Uniti, dove si affrontano modelli di comunicazioni molto diversi. I principali candidati espongono dati, statistiche, suggestioni, numeri, nel tentativo di convincere l'elettorato. Che cosa potrebbe fare un elettore informato per cogliere la credibilità di un grafico proposto da un leader politico o da un quotidiano?

- Dopo aver prestato attenzione alla lettura del grafico, bisogna dedicare uguale concentrazione alla fonte delle informazioni. Poi è opportuno valutare bene anche le scale e le gradazioni su cui il grafico è costruito e le legende. In ultimo, bisogna prestare attenzione a noi stessi mentre studiamo il grafico. Di fatto, il libro non parla tanto di grafici che mentono, ma di come mentiamo a noi stessi in relazione ai grafici. Tutti noi tendiamo a proteggere le nostre opinioni e le nostre credenze nell'insieme delle cose che esperiamo ogni giorno. Quindi dobbiamo prima di tutto osservare noi stessi, controllarci, e mai proteggere i nostri pregiudizi o le nostre opinioni iniziali. Siamo tutti vittime potenziali del cosiddetto *bias* di conferma, per cui cerchiamo informazioni che siano in grado di confermare e corroborare le nostre credenze. Abbiamo necessità di essere attenti su questo punto ed è questo processo che è coinvolto nel diventare graficamente alfabetizzati.

- La molteplice lettura delle statistiche, come abbiamo visto durante le fasi acute della pandemia da Covid-19, ci porta a considerare i possibili problemi legati al cosiddetto analfabetismo di ritorno e al diffondersi dell'ignoranza scientifica. La possiamo considerare come una sconfitta per una società che motiva il proprio successo sul progresso scientifico e tecnologico?

- Non direi che si tratta di una sconfitta, direi piuttosto che potremmo fare di meglio, più che un fallimento è un'opportunità per avere più successo. Uno dei temi che affronto verso la fine del libro è che la gente di oggi è scientificamente più preparata di quanto non lo fosse in passato, diciamo ottanta o cento anni fa. Osserviamo la propaganda degli anni Trenta nei Paesi con regimi dittatoriali, come la Germania nazista e l'Italia fascista, oppure l'Unione Sovietica, o ancora la Spagna franchista: se la osserviamo con gli occhi moderni, la propaganda pubblicata in quegli anni è decisamente grezza. Ci appare evidente che era pura propaganda e che sarebbe difficile farsi ingannare da quel genere di comunicazione, eppure è quanto è successo. La sfida odierna è diversa, la propaganda politica con cui abbiamo a che fare oggi è molto più raffinata e il pubblico stesso deve diventare maggiormente sofisticato per combatterla. Oggi dobbiamo fare i conti con il *deepfake*, ovvero la manipolazione di video e di audio in cui si vedono personaggi pubblici fare affermazioni assolutamente non veritiere^[2]. Dobbiamo essere in grado di reggere queste sfide, capire le fonti da cui provengono le informazioni che consumiamo, sviluppare una dieta mediatica più bilanciata e dunque raffinare la nostra coscienza. Quello che cerco di trasmettere nel libro è come diventare lettori di grafici più informati e i modi principali in cui i grafici possono sviarci dalla verità.

- Come accennava prima, spesso i dati e i grafici vengono utilizzati per confermare le nostre opinioni. Un luogo privilegiato per questo genere di comunicazione sembrano essere i social network. Tendiamo a frequentare cerchie di utenti con interessi e convinzioni simili alle nostre e attaccare i pensieri divergenti. Come possiamo uscirne?

- Abbiamo parlato di come opera il *bias* di conferma, è un meccanismo para-mentale che riguarda tutti noi. A nessuno piace che le nostre opinioni vengano messe alla prova, o rigettate, o addirittura rifiutate. Tutti quanti pensiamo che le nostre proprie idee e le nostre opinioni facciano parte della nostra natura, così - quando qualcuno le attacca - il nostro primo impulso è di difenderle senza riserve. Ci chiediamo come possiamo controllarlo? In realtà non può essere evitato, siamo esseri umani e non computer. Il nostro cervello si è evoluto per comportarsi così, ma allo stesso tempo possiamo sforzarci di essere più consapevoli di ciò che avviene nella nostra testa, di avere maggiore *mindfulness*. Ciò che provo a descrivere è il meccanismo attraverso cui il cervello forma un'opinione. Noi spesso riteniamo che le opinioni siano basate sui fatti, che la maniera in cui non ne sviluppiamo una derivi dalla nostra osservazione di dati e informazioni per poi immagazzinare e processare il dato o l'informazione. Invece, la letteratura in materia di psicologia dimostra che i processi sono in realtà diversi. Prima di tutto, tendiamo a formarci delle opinioni velocemente e che sono

innestate sul piano emotivo. Questo avviene soprattutto negli argomenti in cui ci sentiamo forti: ci aggrappiamo a ogni prova, ogni piccola prova, prendendo dei brandelli di verifica di qua e di là. Ci formiamo un'idea e quello che facciamo dopo è semplicemente tentare di rafforzarla attingendo informazioni che la confermino. Ecco il *bias* di conferma.

- Una sorta di condanna. Non ci sono speranze di evitarlo?

- Non possiamo evitarlo: non possiamo controllare questa parte della nostra mente, ovvero non possiamo controllare in toto il nostro cervello. Tuttavia, c'è una buona notizia: possiamo controllare quell'impulso del nostro cervello e quindi possiamo migliorare nel trattare con noi stessi. Non abbiamo bisogno di controllare questo processo la totalità delle occasioni in cui opera, ma dobbiamo vincere l'istinto a saltare alle conclusioni troppo in fretta almeno la metà delle volte. Sarebbe già un miglioramento, sarebbe già un progresso per la società.

- Lei parla di affrontare una "dieta mediatica" ben bilanciata. Al pari di ogni dieta, può costare fatica e sacrifici e, inoltre, potrebbe sembrare non alla portata di tutti. Senza essere un accademico o un esperto di data journalism, di cosa si dovrebbe comporre una sana ed equilibrata dieta mediatica e come ci si può orientare nel supermarket dell'informazione?

- Questo è un punto che non può essere insegnato, non esiste una ricetta univoca per una dieta mediatica ben bilanciata. Quello che ho fatto nel libro è descrivere come sono giunto alla mia dieta, quella giusta per me. È un percorso a lungo termine, che parte dall'osservazione del panorama dell'informazione che ci circonda. Bisognerebbe riuscire ad attingere da fonti informative che fanno riferimento a uno spettro ampio di provenienza politica, ideologica, culturale. Da qui occorre cominciare a fare pulizia di alcune fonti e rimuoverle dalla propria lista basandosi sul loro "rendimento". Nel libro, do qualche raccomandazione partendo dal mio comportamento: per esempio, osservo il comportamento di quel particolare media in caso di errore. Ogni media ne commette, siamo tutti esseri umani, ma se trovo che quella particolare testata corregge i propri errori regolarmente dando alle correzioni la giusta visibilità, allora significa che ho trovato un media che tratta l'informazione con serietà. Questo è un ottimo segnale, quello che viene comunicato in questi casi è "Stiamo provando a dare la miglior informazione possibile, ma siamo consapevoli di poter commettere degli errori. Ma siamo in grado di correggerli ogni volta che ne riconosciamo uno, e possiamo parlare al nostro pubblico di quegli errori". Le correzioni e la frequenza con cui queste correzioni vengono pubblicate sono elementi importanti per identificare una buona fonte di informazioni.

- Del resto, questo compito è definito dalla deontologia giornalistica. Può essere sufficiente?

- No, certo. Dobbiamo prestare attenzione anche al linguaggio utilizzato. Più esso è 'carico', più è potenzialmente pregiudiziale. Quando un media adotta un linguaggio incendiario, tendo ad abbandonarlo. Preferisco seguire testate che non gettano benzina sul fuoco delle emozioni del pubblico, ma che - al contrario - informano. Il linguaggio è un altro valore da considerare, come anche la fonte da cui la testata attinge le informazioni. Quando un media cita le proprie fonti, i *credit* delle risorse sono dichiarati e sono disponibili i collegamenti alle risorse su cui si fonda un articolo, per cui un lettore potrebbe avervi accesso in maniera autonoma, eccoci di nuovo davanti a un ottimo segnale. Direi che questi tre punti sono fondamentali per riconoscere la qualità dell'informazione mediatica, ma ce ne potrebbero essere anche altri. L'importante è appoggiarsi a chi è affidabile.

Alberto Cairo

Come i grafici mentono.

Capire meglio le informazioni visive

2020, Raffaello Cortina Editore

[1] A. Cairo, *Come i grafici mentono. Capire meglio le informazioni visive*, Raffaello Cortina Editore, Milano, 2020, p. 36.

[2] Attraverso l'Intelligenza Artificiale, vengono combinate insieme immagini, video e audio per creare (con finalità varie, dalla satira alla produzione di *fake news*) nuovi video in cui il senso originale viene stravolto. L'Intelligenza Artificiale è in grado di partire da un video originale, per esempio il discorso di fine anno del Presidente della Repubblica italiana, di rimuovere l'audio originale e di applicare a quel video un nuovo sonoro, per esempio l'Angelus recitato dal Papa. In questo processo, l'Intelligenza Artificiale adatta il suono della voce e i movimenti della bocca del protagonista del primo video alle parole pronunciate nel secondo sonoro in modo da far risultare un effetto credibile e omogeneo. Non si tratta, insomma, di un mero doppiaggio, ma di un nuovo video che si dimostra verisimile, anche se ontologicamente falso.