

La magia dei media

Pietro Greco

Master in Comunicazione della Scienza, SISSA, Trieste

Scienziati, non andate ai *talk shows*. Non solo e non tanto perché rischiate di imbattervi in un mago. Ma anche e soprattutto perché rischierete di essere identificato con lui.

E poi non chiedete a giornali, radio e televisioni di abbandonare la mentalità magica: i *media* vi sono condannati non solo e non tanto per ragioni di *audience*, ma anche e soprattutto «perché di tipo magico è la natura del rapporto che sono obbligati a porre giornalmente tra causa ed effetto».

Umberto Eco, esperto di semiotica e scrittore di gran vaglia, non ha dubbi: la scienza ha difficoltà a incontrare l'opinione pubblica. E anche quel poco che i *media* offrono non è scienza, ma magia.

Umberto Eco ha proposto questa lettura del rapporto tra scienza e opinione pubblica in un articolo scritto per il 10 novembre 2002 per il quotidiano *La Repubblica*. L'articolo è stato ripreso da *Scienza & Paranormale*, la rivista del Comitato italiano per il controllo delle affermazioni sul paranormale (CICAP) nel numero di gennaio febbraio 2003. Il Comitato che vanta come membri onorari i premi Nobel Rita Levi Montalcini e Carlo Rubbia, ha organizzato, a sua volta, un convegno a Torino dal titolo preoccupato: *Il ritorno della magia?*

La domanda, naturalmente, è retorica. Perché il CICAP sa e noi sappiamo che, quattrocento anni dopo la nascita della *nuova scienza* di Galileo, la dimensione magica

non è affatto scomparsa dalle nostre ipertecnologiche società occidentali e noi non siamo mai davvero entrati in quella che Isaiah Berlin chiamava l'«età della ragione».

Il magico non risiede neppure solo nel novero, invero sconfinato, di persone che frequentano fattucchiere, astrologi e sciamani, ma alligna e addirittura cresce rigoglioso nell'intera nostra società. In tutti noi, analfabeti tecnologici, abituati a premere un pulsante per accendere un punto luce o per accedere a Internet senza avere la minima cognizione di come funziona una rete elettrica o una rete telematica. Cos'è la magia, sostiene Eco, se non quella presunzione che si possa passare di colpo da una causa a un effetto per cortocircuito, senza compiere (e conoscere) i passi intermedi. È questa presunzione magica che stava ieri dietro la fiducia alchemica nell'elisir di lunga vita e che sta oggi nella fiducia farmaceutica nella pillola dell'eterna giovinezza.

Rimandiamo all'articolo di Umberto Eco e ad altre letture per la ricerca delle cause di questa singolare condizione che vede trionfare il magico tra le maglie dell'alta e immanente tecnologia e nell'assenza non solo della scienza, ma anche di una cultura razionale critica di massa.

Fermiamoci invece sul punto dell'analisi di Eco che, per noi, è di maggiore pertinenza. I *media* come veicolo obbligato della cultura magica. E, come tali, barriera enorme sulla strada della diffusione di una cultura fondata sulla ragione (sulla ragion critica).

Quello dei *media* è un sistema complesso. In cui sono contemporaneamente presenti elementi contraddittori e, addirittura, conflittuali. Inoltre è un sistema dinamico. Cambia, continuamente, nel tempo. Per evoluzione interna. E a causa di stimoli esterni: primo fra tutti l'innovazione tecnologica.

Negli ultimi anni sia l'evoluzione interna (progressiva mercificazione delle notizie e crescente adesione ai principi del marketing) che l'evoluzione tecnica (irruzione dell'informatica, aumento della quantità di informazione a parità di tempo per processarla) hanno contribuito in maniera rilevante ad abbassare la soglia critica di valutazione delle notizie e, in definitiva, a rendere quasi del tutto automatico il cortocircuito tra l'effetto (l'evento/notizia) e le sue cause. Ha ragione Umberto Eco, per ragioni strutturali i *media* ci propongono una visione magica del mondo.

In questa rappresentazione magica del mondo, in questa insostenibile leggerezza dei *media*, la scienza evapora. E l'informazione inerente alla scienza tende a diventare informazione pseudoscientifica.

Se questa è la diagnosi, allora verrebbe da dire: scienziati (e giornalisti scientifici) tenetevi lontani non solo dai *talk shows*, come suggerisce Eco, ma da tutti i

mezzi di comunicazione di massa. Perché il rischio è non solo che vi troviate a comunicare affianco a qualche moderno e/o antico mago, ma che siate voi stessi identificati come un (moderno) mago.

Facile a dirsi. Impossibile a farsi. Già, perché la frequentazione dei *mass media* da parte degli scienziati e la presenza nei *media* di giornalisti che si occupano di scienza non è più un *optional*, offerto agli scienziati che per spirito di servizio o per vanità personale cercano di comunicare col grande pubblico dei non esperti e offerto a giornalisti che accettano di chiudersi in una gabbia più o meno dorata per curare una nicchia minoritaria di pubblico. La frequentazione dei *mass media* da parte degli scienziati è, ormai, una necessità professionale dalla quale non ci si può sottrarre. E l'attenzione dei *media* alla scienza è una necessità sociale resa inderogabile dalla presenza crescente della scienza in tutte le dimensioni della nostra vita quotidiana.

Lo vogliamo o no la scienza e gli scienziati «devono» essere presenti sui mezzi di comunicazione di massa.

Eccolo, dunque, il problema da affrontare con umiltà tutti insieme (chi ha già una ricetta bella e pronta si faccia avanti): come comunicare scienza (anche) attraverso i *media* nell'era in cui i *media* sono strutturalmente propensi a comunicare più la magia che la scienza.