

La satira e la disinformazione. È possibile creare contenuti satirici che non vengano presi per veri?

SCHEDA

Un politico propone di abolire i compiti a casa. Un sindaco annuncia che, per ridurre il traffico, sarà possibile entrare in centro soltanto a cavallo. Un famoso miliardario decide di acquistare la Luna e di far pagare un abbonamento per poterla osservare. Probabilmente, leggendo queste notizie una dopo l'altra, inizieremmo a sospettare che ci sia qualcosa che non va. Ma cosa accadrebbe se uno di questi titoli comparisse da solo nel nostro feed, accompagnato da una fotografia realistica, dal logo di una testata e da centinaia di commenti indignati?

La satira vive da sempre proprio su questo confine: raccontare qualcosa che non è realmente accaduto per parlare, in realtà, di qualcosa di molto reale. Attraverso l'esagerazione, il paradosso, la caricatura e l'ironia, può mettere in discussione comportamenti, personaggi pubblici, poteri e contraddizioni della società. Una falsa dichiarazione attribuita a un politico, per esempio, può servire non a convincerci che quella frase sia stata pronunciata davvero, ma a mettere in evidenza in modo comico una posizione, un comportamento o una contraddizione.

Una notizia satirica è quindi falsa? In molti casi sì. Ma questo significa che sia automaticamente disinformazione?

La distinzione è importante. Il rapporto *Information Disorder* realizzato da Claire Wardle e Hossein Derakhshan per il Consiglio d'Europa distingue la **misinformation**, cioè un'informazione falsa condivisa senza l'intenzione di provocare un danno, dalla **disinformation**, che viene invece creata o condivisa consapevolmente per ingannare o danneggiare qualcuno.

Anche la ricerca accademica ha cercato di distinguere fenomeni che vengono spesso riuniti troppo facilmente sotto l'etichetta di "fake news". Uno studio pubblicato nel 2018 sulla rivista *Digital Journalism*, dopo aver analizzato 34 lavori scientifici, individua tra le diverse categorie la satira, la parodia, la fabbricazione, la manipolazione, la pubblicità e la propaganda. Una delle variabili fondamentali per distinguerle è proprio il grado di **intenzione di ingannare il pubblico**. La satira e la parodia possono contenere elementi inventati, ma normalmente non nascono con l'obiettivo di convincere il pubblico che quell'invenzione sia vera.

Il problema nasce quando questa intenzione non viene compresa da chi riceve il messaggio.

L'UNESCO, nel manuale *Journalism, "Fake News" & Disinformation*, inserisce infatti satira e parodia tra le forme che possono contribuire al cosiddetto "information disorder". Può sembrare sorprendente, perché la satira è prima di tutto una forma di espressione artistica e culturale. Tuttavia, spiega il manuale, in un ambiente nel quale riceviamo una parte sempre maggiore delle informazioni attraverso i social media può accadere che gli utenti non comprendano che un sito o un contenuto siano satirici. Una notizia nata per divertire può così essere condivisa e interpretata come se fosse una normale notizia.

Pensiamo a cosa accade normalmente sui social. Chi visita direttamente un sito satirico può vedere il suo nome, il logo, gli altri articoli pubblicati, una descrizione della pagina e molti altri elementi che permettono di comprendere immediatamente il carattere umoristico dei contenuti. Ma qualcuno può fare uno screenshot di un singolo titolo e condividerlo altrove. Un altro utente può inoltrarlo in una chat. Il nome della fonte può scomparire e la frase può iniziare a viaggiare da sola, accompagnata magari da un commento come: “Avete visto cosa vogliono fare adesso?”.

Il **contesto**, quindi, è fondamentale.

Questa caratteristica rende particolarmente delicata la satira che imita il linguaggio giornalistico. Titoli, fotografie, impaginazione e formule come “ULTIM’ORA” possono rendere la parodia simile a una vera notizia. Naturalmente è proprio questa somiglianza a rendere efficace una parte della battuta: quanto più il contenuto appare serio, tanto più può risultare divertente l’assurdità della notizia. Ma lo stesso meccanismo può generare un equivoco quando il contenuto viene separato dal contesto originario.

A rendere tutto ancora più complesso intervengono le nostre convinzioni. Se una notizia inventata conferma qualcosa che già pensiamo, potremmo essere meno inclini a verificarla. Se siamo convinti che un determinato politico sia incompetente, una sua dichiarazione assurda potrebbe sembrarci perfettamente plausibile. Se abbiamo una pessima opinione di una determinata azienda, potremmo credere più facilmente a una storia satirica che le attribuisce un comportamento scandaloso.

È lo stesso meccanismo che ritroviamo spesso parlando di disinformazione: tendiamo a fidarci maggiormente delle informazioni che confermano quello che già crediamo e a essere più critici verso quelle che contraddicono le nostre convinzioni.

Esiste poi il problema opposto: può essere sufficiente dichiarare che qualcosa è “satira” per giustificare qualsiasi contenuto falso?

Immaginiamo una pagina che pubblichi una falsa dichiarazione attribuita a una persona reale, costruendola in maniera estremamente credibile. Molti utenti la interpretano come autentica e iniziano a condividerla. Solo successivamente gli autori spiegano che si trattava di una battuta. In un caso simile dovremmo domandarci: erano presenti elementi sufficienti per riconoscere la natura satirica del contenuto? Lo scopo principale era far ridere e riflettere oppure ottenere visualizzazioni sfruttando l’equivoco? E che conseguenze potrebbe avere quella falsa dichiarazione per la persona coinvolta?

Il confine tra satira e disinformazione non dipende quindi soltanto dal fatto che qualcosa sia vero o falso. Contano anche **l’intenzione, il contesto, la riconoscibilità della fonte e il modo in cui il contenuto viene presentato**.

Questo non significa che ogni battuta debba essere accompagnata da una grande scritta “ATTENZIONE: È SATIRA”. Spiegare completamente una battuta rischierebbe spesso di renderla inefficace. La satira deve poter utilizzare ambiguità, paradossi ed esagerazioni. Ma chi crea un contenuto destinato ai social può interrogarsi su quello che potrebbe accadere quando quel contenuto inizierà a circolare al di fuori del proprio contesto originario.

E anche chi legge ha una responsabilità.

Quando incontriamo una notizia particolarmente assurda, sorprendente o indignante possiamo fermarci qualche secondo prima di condividerla. Chi l'ha pubblicata? Conosciamo quella fonte? Il sito o la pagina pubblicano abitualmente contenuti satirici? Altre fonti affidabili riportano la stessa notizia? Se abbiamo davanti soltanto uno screenshot, possiamo provare a cercare alcune parole del titolo per risalire alla pubblicazione originale.

La domanda più importante potrebbe però essere un'altra: **questa notizia mi sembra vera perché ho trovato delle prove oppure perché conferma perfettamente quello che già penso?**

Probabilmente non sarà mai possibile creare una battuta garantendo che nessuno possa interpretarla male. Possiamo però imparare a riconoscere meglio la satira e, allo stesso tempo, creare contenuti che mantengano la loro forza ironica senza trasformare l'equivoco in uno strumento deliberato di manipolazione.

Proviamo ad esercitarci insieme!

ATTIVITÀ IN CLASSE

Proviamo a comprendere insieme quanto sia sottile il confine tra satira e disinformazione e quali elementi possano aiutarci a creare un contenuto ironico senza trasformarlo involontariamente in una falsa notizia.

1. **Dividere la classe in gruppi di lavoro.**
2. **Distribuire a ogni gruppo una delle seguenti notizie satiriche immaginarie:**
 - A) Il Ministero dell'Istruzione abolisce le interrogazioni nei giorni di pioggia.
 - B) Per ridurre il traffico, dal prossimo mese sarà vietato usare l'automobile ogni lunedì.
 - C) Un nuovo aggiornamento dello smartphone bloccherà automaticamente i social dopo il centesimo selfie della giornata.
 - D) Un Comune introduce una tassa sulle fotografie dei tramonti pubblicate sui social.
 - E) Un nuovo studio dimostra che dormire fino a mezzogiorno aumenta del 300% il rendimento scolastico.
3. **Ogni gruppo dovrà trasformare il proprio titolo in un breve contenuto satirico**, cercando di renderlo divertente ma introducendo anche elementi che permettano a chi legge di comprenderne la natura.

Terminato il lavoro, il gruppo dovrà rispondere alle seguenti domande:

 1. Qual è l'aspetto della realtà che vogliamo prendere in giro?
 2. Quali elementi permettono di capire che il contenuto è satirico?
 3. Una persona che vedesse soltanto uno screenshot potrebbe prenderlo per vero?
 4. Come potremmo ridurre questo rischio senza rovinare la battuta?
 5. Che conseguenze potrebbe avere la sua diffusione se venisse interpretato come una notizia reale?
4. **I contenuti verranno mostrati al resto della classe**, che dovrà decidere se considerarli satira, possibile disinformazione oppure contenuti sui quali non possiede abbastanza informazioni per esprimere un giudizio.

Al termine dell'attività si confronteranno le risposte per individuare quali caratteristiche rendono più facilmente riconoscibile un contenuto satirico e quali, invece, possono generare equivoci.

MATERIALI DI APPROFONDIMENTO (FACOLTATIVO)

- Per approfondire le differenze tra **misinformation**, **disinformation** e altre forme di “**information disorder**”, suggeriamo il rapporto di Claire Wardle e Hossein Derakhshan, *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*, realizzato per il Consiglio d'Europa. Il rapporto propone un quadro teorico particolarmente utile per comprendere perché non tutti i contenuti falsi abbiano le stesse caratteristiche o le stesse finalità.
- Il manuale UNESCO *Journalism, “Fake News” & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training* dedica spazio anche alla **satira** e alla **parodia**, sottolineando il rischio che, soprattutto attraverso i social, questi contenuti possano perdere il proprio contesto ed essere interpretati come vere notizie.
- Per un approfondimento più accademico è possibile consultare lo studio di Edson C. Tandoc Jr., Zheng Wei Lim e Richard Ling, *Defining “Fake News”: A typology of scholarly definitions*, pubblicato su *Digital Journalism*. Gli autori analizzano 34 studi precedenti e propongono una classificazione che comprende, tra le altre categorie, satira, parodia, fabbricazione e manipolazione, distinguendole anche sulla base dell'intenzione di ingannare.