DIFENDERSI

DALLA FABBRICA DELLE OPINIONI

FRANZ GUSTINCICH



Questo breve scritto può essere considerato un capitolo aggiuntivo del primo volume de La Fabbrica delle Opinioni.
Ciò che qui viene espresso sono le opinioni dell'autore basate sull'esperienza e sulle ricerche empiriche, e non hanno alcuna pretesa di scientificità.

Come difendersi dalla Fabbrica delle Opinioni
© Questo documento è distribuito con licenza Creative Commons Attribuzione 4.0 Internazionale (CC BY-ND 4.0). È consentita la copia, la distribuzione e la condivisione, anche integrale, purché venga sempre citato l'autore e indicata la fonte originale.

Franz Gustincich novembre 2026
II edizione ampliata

Distribuito gratuitamente dal sito www.franzgustincich.it

Perché serve un autodifesa cognitiva

Per secoli il principale problema dell'informazione è stato la scarsità. Le notizie arrivavano lentamente, spesso incomplete, e i cittadini avevano poche possibilità di confrontare fonti diverse. Oggi la situazione si è capovolta. Non soffriamo più per la mancanza di informazioni, ma per il loro eccesso. Ogni giorno veniamo raggiunti da una quantità di contenuti che nessun essere umano è realmente in grado di leggere, comprendere e verificare.
Basta osservare il modo in cui utilizziamo uno smartphone. Nel giro di pochi minuti possiamo passare da un quotidiano nazionale a un post pubblicato da uno sconosciuto, da un comunicato ufficiale a un video su TikTok, da un'intervista televisiva a una conversazione su WhatsApp. Tutto compare sullo stesso schermo, con la stessa grafica e la stessa facilità di accesso. Informazioni di qualità molto diversa convivono così nello stesso ambiente, dando spesso l'impressione di possedere la medesima autorevolezza.

Questa è una delle trasformazioni più profonde della comunicazione contemporanea. Un tempo anche il mezzo contribuiva a definire la credibilità del messaggio; oggi quella distinzione è molto meno evidente. Un articolo scientifico, un meme, un'opinione personale e una notizia falsa possono raggiungerci attraverso lo stesso canale e competere per attirare la nostra attenzione. Distinguere tra informazione, propaganda, pubblicità e semplice intrattenimento è diventato molto più difficile. A complicare ulteriormente il quadro non è soltanto la quantità dei contenuti disponibili, ma anche la velocità con cui vengono prodotti e condivisi. Le piattaforme digitali premiano ciò che genera reazioni immediate. Un contenuto capace di suscitare rabbia, paura o indignazione viene commentato, rilanciato e discusso molto più facilmente di uno che richiede tempo per essere compreso. Così la velocità tende a prevalere sulla riflessione e l'impatto emotivo sulla precisione.

Tutto ciò non significa che viviamo circondati esclusivamente da notizie false. Sarebbe una semplificazione tanto ingenua quanto pericolosa. Nella maggior parte dei casi il problema non è la falsità assoluta, ma la qualità dell'informazione. Esistono notizie corrette raccontate in modo parziale, dati presentati senza contesto, immagini autentiche utilizzate per descrivere eventi diversi e titoli che promettono molto più di quanto l'articolo mantenga. La manipolazione non coincide necessariamente con la menzogna: spesso consiste nello spostare, anche solo di poco, il punto di vista del lettore, orientandone l'interpretazione senza che se ne accorga.

Per questo limitarsi a distinguere tra vero e falso non basta più. La domanda davvero importante è un'altra: in che modo questa informazione sta cercando di influenzare il mio modo di interpretare la realtà? È una domanda più impegnativa, ma anche molto più utile, perché costringe a osservare non solo il contenuto di una notizia, ma anche il linguaggio, la struttura, il contesto e l'intenzione con cui viene proposta.

C'è poi un equivoco che vale la pena chiarire fin dall'inizio. Molti immaginano che la manipolazione riguardi sempre gli altri: chi possiede poca cultura, scarsa esperienza o limitata capacità critica. In realtà accade spesso il contrario. Chi è molto preparato in un determinato settore può diventare particolarmente vulnerabile quando un'informazione conferma ciò che già sa o ciò che ritiene vero. La competenza riduce molti errori, ma non elimina i bias cognitivi. Nessuno, indipendentemente dal livello di istruzione o dall'esperienza professionale, può considerarsi completamente immune. L'autodifesa cognitiva nasce proprio da questa consapevolezza. Non promette di renderci infallibili, ma ci aiuta a riconoscere i limiti del nostro modo di ragionare. È fatta di piccole abitudini che rallentano il giudizio, migliorano la qualità delle verifiche e riducono il rischio di trasformarci, senza volerlo, in amplificatori di informazioni manipolate.

In fondo il problema non è capire se una notizia sia d'accordo con le nostre idee. Il vero problema è stabilire se meriti davvero la nostra

fiducia. Imparare a porsi questa domanda ogni volta che un'informazione cattura la nostra attenzione è, probabilmente, la forma più semplice ed efficace di autodifesa cognitiva.

Fermarsi è riflettere è la prima difesa

È successo a tutti. Scorri distrattamente il telefono e, all'improvviso, compare una notizia che sembra impossibile ignorare. Il titolo promette una rivelazione clamorosa, qualcuno che conosci l'ha già condivisa e sotto scorrono decine di commenti indignati. Nel giro di pochi secondi nasce il desiderio di fare qualcosa: aprire il link, commentare, inoltrarlo a un amico o ripubblicarlo sui social. Tutto accade così in fretta che spesso reagiamo prima ancora di aver letto l'articolo. È proprio questo il momento in cui dovremmo fermarci.

La manipolazione dell'informazione raramente si gioca sul terreno della riflessione. Preferisce quello della reazione. Più una persona decide in fretta, minori sono le probabilità che si prenda il tempo di verificare ciò che ha davanti. Per questo molti contenuti sono costruiti per suscitare un'emozione immediata. Che sia rabbia, paura, entusiasmo o indignazione cambia poco: ciò che conta è interrompere il ragionamento e sostituirlo con un impulso e non è un caso che molte notizie manipolate siano accompagnate da espressioni come «condividi prima che lo cancellino», «i media non te lo diranno mai» oppure «guardalo finché sei in tempo». Frasi di questo tipo non aggiungono alcuna informazione, ma creano un senso di urgenza artificiale. L'obiettivo non è convincerti che il contenuto sia vero, bensì impedirti di dedicargli il tempo necessario per valutarlo.

La velocità è ormai una caratteristica dell'intero ecosistema digitale. Le piattaforme premiano i contenuti che generano interazioni immediate e gli algoritmi tendono a diffondere ciò che riesce a trattenere più a lungo l'attenzione degli utenti. In questo ambiente siamo continuamente incoraggiati a reagire. Un clic, un commento o una condivisione richiedono pochi secondi; una verifica, invece,

richiede tempo. È proprio su questo squilibrio, apparentemente banale, che prosperano molte campagne di manipolazione. Eppure il lettore conserva sempre un piccolo vantaggio: può decidere il ritmo con cui ricevere un'informazione. Nessun algoritmo può impedirgli di fermarsi per qualche istante, rileggere un titolo o chiedersi se ciò che ha appena visto meriti davvero una reazione immediata. Può sembrare un gesto insignificante, ma spesso basta a evitare gli errori più comuni.

C'è poi un aspetto curioso. Quando una notizia conferma perfettamente le nostre convinzioni, raramente sentiamo il bisogno di verificarla. Ed è proprio allora che dovremmo essere più prudenti. Le informazioni che ci fanno pensare «lo sapevo» sono anche quelle che rischiamo di accettare con minore spirito critico. Non perché siano necessariamente false, ma perché trovano un terreno già predisposto ad accoglierle.
Lo stesso accade quando una notizia suscita una forte indignazione. Più cresce l'emozione, più diminuisce la probabilità che ci fermiamo a controllare. È un meccanismo profondamente umano. Il cervello tende a considerare urgente ciò che percepisce come una minaccia e privilegia l'azione rispetto alla riflessione. Migliaia di anni di evoluzione ci hanno insegnato che, di fronte a un pericolo, reagire rapidamente aumenta le possibilità di sopravvivenza. Sui social network, però, quel pericolo è spesso soltanto narrativo.

Per questo la prima forma di autodifesa cognitiva non consiste nell'imparare nuove tecniche di verifica, ma nell'acquisire una semplice abitudine: rallentare. Bastano pochi secondi. Il tempo necessario per andare oltre il titolo, osservare la fonte, chiedersi chi sta parlando e quale reazione sta cercando di provocare.
Può sembrare poco. In realtà è proprio in quei pochi secondi che si decide se resteremo semplici destinatari di un messaggio oppure cittadini capaci di esercitare il proprio spirito critico.

Ogni manipolazione cerca di accelerare il nostro giudizio. Ogni verifica, invece, comincia rallentandolo.

Chi sta parlando?

Quando leggiamo una notizia, la nostra attenzione si concentra quasi sempre sul contenuto. Ci chiediamo se sia plausibile, se confermi ciò che già sappiamo o se, al contrario, ci sorprenda. Molto più raramente ci fermiamo davanti a una domanda che dovrebbe precedere tutte le altre: chi mi sta raccontando questa storia? Eppure è proprio da qui che dovrebbe iniziare ogni verifica.

Immagina di ricevere una telefonata. Dall'altra parte una voce ti comunica che il tuo conto corrente è stato bloccato e che devi intervenire immediatamente. Prima di qualunque altra cosa chiederesti con chi stai parlando. Non prenderesti decisioni importanti senza aver identificato il tuo interlocutore. Con le notizie, invece, spesso facciamo l'opposto. Leggiamo, ci indigniamo, commentiamo e condividiamo. Solo dopo, magari perché qualcuno ci segnala un errore, scopriamo che la fonte era un sito sconosciuto, una pagina anonima o un profilo creato poche settimane prima. È un comportamento comprensibile. Le piattaforme digitali hanno progressivamente spostato l'attenzione da chi produce il contenuto al contenuto stesso. Un articolo pubblicato da una grande testata, un post scritto da uno sconosciuto, un comunicato ufficiale o un meme condiviso da un amico arrivano sullo stesso schermo, con la stessa grafica e spesso con lo stesso impatto visivo. La distinzione esiste ancora, ma tocca al lettore ricordarsene. La piattaforma, quasi mai, la suggerisce.

Questo non significa, naturalmente, che una notizia sia vera solo perché proviene da una testata importante. Anche i giornali sbagliano, le televisioni correggono, le istituzioni possono commettere errori e perfino gli esperti possono interpretare male un dato. L'autorevolezza non garantisce l'infallibilità. Offre però qualcosa di altrettanto importante: la possibilità di sapere chi ha prodotto quell'informazione, quali regole segue e come si comporta quando emerge un errore. E, fatto non secondario, posiamo attribuire in base all'esperienza acquisita, una gerarchia di attendibilità.
Una fonte affidabile lascia sempre delle tracce. Ha un direttore responsabile, una redazione, un archivio consultabile, una storia edi-

toriale, un recapito. Se pubblica un'informazione inesatta, può essere chiamata a risponderne. Una fonte costruita esclusivamente per diffondere propaganda o disinformazione, invece, tende a nascondersi. Cambia nome, utilizza domini registrati da poco, evita di indicare gli autori, non corregge mai i propri errori e, soprattutto, pretende fiducia senza offrire trasparenza.

Per questo vale la pena acquisire una semplice abitudine. Prima ancora di leggere con attenzione una notizia, osserva da dove proviene. Chi l'ha pubblicata? Esiste una redazione? L'autore è identificabile? Quella testata si occupa abitualmente di quell'argomento oppure sembra parlare con la stessa sicurezza di geopolitica, medicina, finanza e archeologia? Bastano pochi secondi per porsi queste domande, e spesso sono sufficienti a evitare di perdere molto tempo dietro a contenuti privi di qualsiasi affidabilità.
Negli ultimi anni si è diffusa una tecnica di verifica tanto semplice quanto efficace: la lettura laterale. Invece di restare all'interno della pagina che stiamo consultando, la lasciamo e apriamo una nuova scheda del browser per cercare informazioni sulla fonte stessa. Non chiediamo al sito di dimostrare la propria credibilità; chiediamo ad altre fonti indipendenti quale reputazione abbia. È un cambiamento apparentemente minimo, ma modifica radicalmente il modo di verificare un'informazione. Chi vuole manipolare il lettore può costruire con grande cura la propria pagina. Molto più difficile è controllare quello che gli altri dicono di lui.

C'è infine un dettaglio che merita attenzione. Talvolta la fonte è corretta, ma il contenuto che ci arriva non lo è più. Un articolo serio può essere rilanciato con un titolo diverso, una citazione può essere estratta dal suo contesto, una fotografia autentica può essere associata a un testo che non ha nulla a che vedere con il momento in cui è stata scattata. In altre parole, la credibilità della fonte non ci esonera dal verificare il resto. È soltanto il primo passo.
Imparare a chiedersi «chi mi sta parlando?» significa recuperare un'abitudine che l'informazione digitale ha progressivamente indebolito. Eppure è una delle domande più importanti che possiamo porci, perché prima ancora di valutare un messaggio dovremmo sempre conoscere il messaggero.

Una buona informazione non chiede fiducia. Mette il lettore nelle condizioni di concederla.

Andare sempre alla fonte

Una delle caratteristiche più interessanti della manipolazione è che, nella maggior parte dei casi, non inventa nulla. Sarebbe troppo rischioso. Una bugia costruita completamente da zero è anche più facile da smontare. Molto più efficace è partire da un elemento reale e modificarne gradualmente il significato, fino a costruire una narrazione completamente diversa.

Il meccanismo ricorda il vecchio gioco del telefono senza fili. Una persona racconta un fatto, la seconda cambia un dettaglio, la terza ne modifica un altro e, dopo pochi passaggi, la storia finale assomiglia solo lontanamente a quella iniziale. Nell'informazione digitale questo processo è ancora più rapido. Una dichiarazione viene sintetizzata in un titolo, il titolo diventa un post, il post viene trasformato in un tweet, il tweet viene ripreso in un video e, alla fine, migliaia di persone discutono di una frase che nessuno ha mai pronunciato in quei termini. Per questo vale la pena porsi una domanda molto semplice: da dove arriva davvero questa informazione? Sembra un'ovvietà, ma non lo è. Molte persone credono di verificare una notizia leggendo un secondo articolo che, in realtà, cita il primo. Oppure guardano un video che riprende un altro video, basato a sua volta su uno screenshot pubblicato da un profilo social. In apparenza le fonti sono numerose. In realtà ce n'è una sola, rilanciata e ripetuta all'infinito.

Quando è possibile, conviene sempre fare un passo indietro. Se una notizia cita uno studio, cerca lo studio. Se riporta una dichiarazione, ascolta l'intervista completa. Se mostra una fotografia, prova a capire quando è stata scattata e in quale contesto. Se compare un documento, leggilo nella sua versione integrale invece di affidarti alla selezione fatta da qualcun altro.
Naturalmente non sempre è possibile. Non tutti hanno il tempo o le competenze per consultare rapporti scientifici, documenti tecnici o

atti ufficiali. Spesso, però, basta poco. Un video di trenta secondi può essere stato ricavato da un'intervista di un'ora. Una frase diventata virale può assumere un significato completamente diverso se letta insieme a quelle che la precedono e la seguono. Una fotografia apparentemente sconvolgente può essere autentica e, nello stesso tempo, appartenere a un altro Paese, a un'altra guerra o persino a un'altra epoca.

Chi costruisce una campagna di manipolazione sa bene che pochissime persone andranno alla fonte. Sa che la maggior parte si fermerà al titolo, allo screenshot o al breve estratto che circola sui social. Per questo la selezione dei contenuti diventa decisiva. Non è necessario falsificare un'informazione: spesso basta mostrarne soltanto la parte che produce l'effetto desiderato.
Esiste un vecchio principio del giornalismo che continua a essere valido anche nell'epoca dei social network: ogni sintesi è, inevitabilmente, una scelta. Riassumere significa decidere cosa conservare e cosa lasciare fuori. Nella maggior parte dei casi è un'operazione necessaria e compiuta in buona fede. In altri, invece, proprio quella selezione diventa lo strumento con cui si orienta il lettore verso una determinata conclusione.

Ecco perché andare alla fonte è una delle forme più efficaci di autodifesa cognitiva. Non perché la fonte originale sia sempre perfetta o imparziale, ma perché riduce il numero degli intermediari che hanno avuto la possibilità di reinterpretare il messaggio. Ogni passaggio introduce il rischio di una distorsione, volontaria o involontaria. Tornare all'origine significa limitare questo rischio e avvicinarsi il più possibile ai fatti.

Alla fine la domanda da ricordare è una sola: sto osservando il fatto o il racconto che qualcuno ha costruito intorno al fatto? La differenza non è sempre evidente. Ma è proprio in quello spazio, spesso sottilissimo, che prende forma gran parte della manipolazione contemporanea.

Una notizia non vive mai da sola

C'è un errore che quasi tutti commettiamo, spesso in perfetta buona fede. Quando una notizia compare su più siti, viene rilanciata dai social network e finisce nelle conversazioni di molte persone, siamo portati a pensare che sia stata verificata da numerose fonti indipendenti. In realtà, molto spesso, stiamo osservando la stessa informazione che si propaga da un luogo all'altro, rimbalzando di piattaforma in piattaforma.
È un processo naturale. Una redazione pubblica una notizia, un'altra la riprende, un'agenzia la sintetizza, un influencer la commenta, qualcuno ne condivide uno screenshot e, nel giro di pochi minuti, sembra che tutti stiano raccontando la stessa storia. La domanda, però, non dovrebbe essere quante persone la stanno ripetendo, ma quante l'hanno verificata davvero. La differenza è sostanziale.

Durante le grandi crisi internazionali questo fenomeno diventa ancora più evidente. Nelle prime ore di una guerra, di un attentato o di una calamità naturale, le informazioni sono poche, frammentarie e in continua evoluzione. I giornalisti lavorano con tempi strettissimi, le autorità rilasciano comunicati incompleti e i social network si riempiono di immagini, video e testimonianze impossibili da verificare nell'immediato. In queste situazioni una ricostruzione errata può diffondersi con straordinaria rapidità, non necessariamente perché qualcuno abbia deciso di mentire, ma perché tutti stanno rilanciando la stessa versione prima che sia possibile confermarla.

Lo stesso accade con le fotografie. Quasi ogni grande evento internazionale è accompagnato dalla circolazione di immagini autentiche ma fuori contesto. Fotografie scattate anni prima, durante un'altra guerra o un'altra emergenza, vengono ripubblicate come se appartenessero ai fatti del momento. Migliaia di persone le condividono in buona fede, convinte di documentare l'attualità. In realtà stanno rafforzando una narrazione costruita su un elemento vero, ma collocato nel contesto sbagliato.

Anche i numeri possono produrre lo stesso effetto. Un dato corretto può suggerire conclusioni completamente diverse se non viene spiegato come è stato raccolto, quale periodo riguarda o con quali altri dati dovrebbe essere confrontato. I numeri esercitano un forte potere persuasivo proprio perché sembrano oggettivi. Eppure possono diventare uno strumento di manipolazione quando vengono privati del loro contesto.

Per questo cercare una seconda fonte, da solo, non basta. Occorre chiedersi se quella fonte abbia svolto un lavoro autonomo oppure se stia semplicemente rilanciando ciò che altri hanno già pubblicato. La distinzione è meno evidente di quanto sembri. Due articoli possono avere titoli diversi, adottare toni differenti e persino sostenere tesi opposte, pur basandosi sullo stesso comunicato stampa o sulla medesima agenzia. In quel caso le fonti sembrano due, ma la verifica resta una sola. Per orientarsi può essere utile immaginare la diffusione di una notizia come un albero. I rami sono numerosi, ma il tronco è uno soltanto. Se quel tronco è solido, l'intera struttura acquista credibilità.

Se invece all'origine c'è un errore, una semplificazione o una manipolazione, il problema tenderà a propagarsi lungo tutti i rami, creando l'illusione di una conferma che, in realtà, non esiste.

Naturalmente questo non significa che dobbiamo verificare ogni dettaglio di tutto ciò che leggiamo. Sarebbe impossibile. Significa imparare a riconoscere i casi nei quali vale la pena dedicare qualche minuto in più alla verifica. Più una notizia è sorprendente, più conferma perfettamente le nostre convinzioni o ci spinge a prendere posizione immediatamente, maggiore dovrebbe essere il desiderio di capire da dove provenga davvero. Verificare, in fondo, non significa accumulare il maggior numero possibile di articoli. Significa cercare conferme realmente indipendenti. Sono due cose molto diverse. Dieci persone che ripetono la stessa frase non costituiscono dieci prove. Costituiscono una sola informazione che ha trovato dieci amplificatori.

La qualità delle nostre opinioni dipende molto meno dal numero delle fonti che consultiamo e molto di più dalla loro effettiva indipendenza.

Quando una notizia vuole colpirti

C'è una domanda che quasi nessuno si pone mentre legge una notizia: che cosa vuole ottenere da me questo testo? Eppure è probabilmente la domanda più importante.
Quando leggiamo un buon articolo di approfondimento, difficilmente ci accorgiamo della sua struttura. I fatti vengono esposti, le fonti sono riconoscibili, i diversi punti di vista vengono distinti e il lettore conserva la libertà di costruirsi una propria opinione. La manipolazione segue una logica diversa. Non accompagna il lettore verso una conclusione: cerca di portarcelo il più rapidamente possibile. Per riuscirci utilizza strumenti che, una volta riconosciuti, diventano sorprendentemente facili da individuare.

Il primo è il linguaggio. Quando una notizia ricorre continuamente a parole come "scandalo", "vergogna", "clamoroso", "mai visto", "devastante" o "incredibile", non significa automaticamente che sia falsa. Significa però che qualcuno sta cercando di aumentare la temperatura emotiva del racconto. Più il lettore prova un'emozione intensa, meno tempo dedica a chiedersi se ciò che sta leggendo sia fondato. Lo stesso vale per la semplificazione.

La realtà è quasi sempre complessa. Le guerre hanno molte cause, le crisi economiche raramente dipendono da un solo fattore e le decisioni politiche producono effetti diversi a seconda del contesto. La propaganda, invece, preferisce le spiegazioni lineari. C'è sempre un responsabile facilmente identificabile, un colpevole da condannare, un eroe da seguire e un nemico da combattere. Tutto ciò che introduce sfumature viene percepito come un ostacolo. Non è un caso. Il cervello preferisce le storie semplici perché richiedono meno energia per essere comprese. Ed è proprio per questo che do-

vremmo diffidare delle spiegazioni troppo semplici quando pretendono di descrivere fenomeni molto complessi.

Anche il tempo può diventare uno strumento di manipolazione. Molti contenuti cercano deliberatamente di creare un senso di urgenza. Bisogna reagire subito, condividere immediatamente, prendere posizione prima che sia troppo tardi. È una strategia efficace perché riduce lo spazio della verifica. Se riesco a convincerti che ogni secondo è decisivo, sarà molto più difficile che tu interrompa la lettura per controllare una fonte o cercare una versione diversa dei fatti.

Un'altra tecnica consiste nello spostare l'attenzione dalle idee alle persone. Invece di discutere un argomento, si attacca chi lo sostiene. Oppure si invita il lettore a schierarsi: se sei una brava persona devi pensarla in un certo modo; chi non è d'accordo è ignorante, oppure in malafede; solo chi appartiene a un determinato gruppo conosce la verità. A quel punto il dibattito smette di riguardare i fatti e diventa una prova di appartenenza. Cambiare opinione non significa più correggere un errore, ma tradire il proprio gruppo.
Chi studia la propaganda conosce bene questo meccanismo. Le persone difendono molto più facilmente la propria identità che le proprie idee. Per questo una manipolazione efficace cerca spesso di trasformare un'opinione in un simbolo di appartenenza.
Esiste poi un segnale meno appariscente, ma altrettanto rivelatore: l'assenza di dubbi. La buona informazione conosce i propri limiti. Distingue tra ciò che è accertato, ciò che è probabile e ciò che resta ancora incerto. Una notizia costruita per persuadere tende invece a eliminare ogni sfumatura. Tutto appare definitivo, inequivocabile. Non esistono ipotesi alternative né elementi che meritino ulteriori verifiche. È un dettaglio al quale prestiamo poca attenzione, eppure dice molto sulla qualità dell'informazione. Chi cerca davvero di comprendere la realtà sa che il dubbio non è una debolezza. È uno strumento di lavoro.

Infine c'è un'emozione che accompagna quasi tutte le campagne di manipolazione: l'indignazione. Nel mondo digitale è una delle emo-

zioni più contagiose. Spinge a commentare, condividere, discutere e contribuisce a far circolare un contenuto molto più rapidamente di quanto farebbe un'informazione neutra. Gli algoritmi tendono a premiarla e chi costruisce propaganda lo sa perfettamente. Naturalmente esistono fatti che meritano indignazione. Sarebbe assurdo sostenere il contrario. Il problema nasce quando l'indignazione precede la comprensione. Se reagiamo prima ancora di aver capito, stiamo mettendo le nostre emozioni al servizio di qualcun altro.
Ogni volta che una notizia sembra costruita per colpirci, vale quindi la pena fermarsi un momento e cambiare domanda. Non soltanto: «È vera?». Ma anche: «Che cosa vuole farmi fare?».

Molto spesso è proprio la risposta a questa domanda a rivelare la natura del messaggio.

Isolare

la cosa migliore da fare per arginare la disinformazione nei social sarebbe quella di isolare il post o l'account, cioè lasciarlo circoscritto ai frequentatori abituali. Ogni interazione è una spinta propulsiva alla circolazione del messaggio. Bisogna evitare di rispondere con emoticon, insulti, o anche frasi che nel dibattito non porterebbero a nulla, e limitarsi a quelle che pensate possano avere un valore argomentativo, ma anche qui dovete essere sicuri di poter tenere testa alle non argomentazioni della maggior parte dei commentatori.

Un'altra pessima abitudine è quella di condividere post di fake news o di propaganda, per dire che è una fake news o dare dello studpido a chi l'ha pubblicato prima di voi. Tra le cose che si possono fare in un social questa è la peggiore: una condivisione viene interpretata dall'algoritmo come gradimento, spingendo in alto il post condiviso e aumentandone la circolazione: è anche su questo tipo di azioni che si basa la viralità di certi post insulsi. Per condividere il contenuto reputato disinformativo senza fare disinformazione, bisogna fare una screenshot e pubblicare quello, senza alcun link all'originale.

Il nemico è anche dentro di noi

Quando si parla di propaganda o di disinformazione, è naturale pensare che il problema sia sempre all'esterno. Immaginiamo chi costruisce una notizia falsa, diffonde un video manipolato, organizza una campagna di influenza o utilizza i social network per orientare il dibattito pubblico. Tutto questo esiste ed è reale. Ma rappresenta soltanto una parte del problema. L'altra parte siamo noi.

Può sembrare una conclusione scomoda, eppure è proprio da qui che comincia qualsiasi forma di autodifesa cognitiva. Se il nostro cervello fosse perfettamente razionale, la propaganda avrebbe un'efficacia molto limitata. Basterebbe esporre tutti agli stessi fatti perché arrivassero, più o meno, alle stesse conclusioni. La realtà è diversa. Due persone possono leggere lo stesso articolo, osservare la stessa fotografia o ascoltare lo stesso discorso e uscirne con convinzioni opposte. Non perché una sia necessariamente più intelligente dell'altra, ma perché ciascuno interpreta il mondo attraverso la propria esperienza, i propri valori e le proprie aspettative.

Il nostro cervello non registra la realtà come una telecamera. La interpreta continuamente. Seleziona le informazioni, collega gli eventi, semplifica e attribuisce significati. È una capacità straordinaria, perché ci permette di prendere decisioni rapidamente senza dover analizzare ogni dettaglio. Se dovessimo valutare razionalmente tutto ciò che apprendiamo, resteremmo paralizzati. Per questo ricorriamo a scorciatoie mentali che gli psicologi chiamano bias cognitivi.
La parola bias viene spesso usata come sinonimo di errore. In realtà descrive qualcosa di più complesso. Un bias è una scorciatoia mentale che, nella maggior parte delle situazioni, ci aiuta a decidere in tempi rapidi con un buon livello di efficacia. Il problema nasce quando quella scorciatoia viene applicata a contesti molto diversi da quelli nei quali il nostro cervello si è evoluto.

Immaginiamo di camminare in un bosco e di sentire un rumore

improvviso tra gli alberi. Per i nostri antenati era più prudente immaginare la presenza di un predatore anche quando il rumore era stato provocato soltanto dal vento. Un falso allarme costava poca fatica; ignorare un pericolo reale poteva costare la vita. Ancora oggi il cervello continua a privilegiare le spiegazioni che sembrano garantire una maggiore sicurezza. È una strategia evolutiva, non un difetto. Lo stesso meccanismo agisce quando ci informiamo. Tendiamo ad accettare più facilmente le notizie che confermano ciò che già pensiamo. Non perché siamo in malafede, ma perché il cervello ricerca coerenza. Un'informazione compatibile con il nostro modo di vedere il mondo richiede uno sforzo minimo per essere accettata. Al contrario, una notizia che mette in discussione convinzioni radicate ci costringe a riorganizzare il nostro sistema di idee. È un lavoro mentale più impegnativo e, proprio per questo, tendiamo a evitarlo. Questo meccanismo prende il nome di bias di conferma ed è probabilmente il più noto. Ma non è l'unico.

Esiste il bias di ancoraggio, che ci porta ad attribuire un peso eccessivo alla prima informazione ricevuta, anche quando in seguito emergono dati più affidabili. C'è l'effetto gregge, che ci induce a considerare più credibile un'opinione soltanto perché sembra condivisa da molte persone. E poi c'è l'eccesso di fiducia, forse il più insidioso di tutti, perché ci convince di essere molto meno influenzabili degli altri.

Quest'ultimo merita una riflessione particolare. Se chiedessimo a cento persone quanto si considerino manipolabili, la maggior parte risponderebbe: «Poco» o addirittura «Per niente». È una reazione comprensibile. Nessuno ama pensarsi vulnerabile. Eppure gli studi di psicologia cognitiva mostrano un risultato ricorrente: siamo molto più bravi a riconoscere i bias negli altri che in noi stessi. È un'illusione che rende la manipolazione ancora più efficace. Chi è convinto di non poter essere influenzato abbassa spontaneamente le proprie difese. Per questo la vera autodifesa cognitiva non consiste nell'eliminare i bias. Sarebbe impossibile. Consiste piuttosto nell'imparare a riconoscere le situazioni in cui è più probabile che entrino in gioco. Ogni volta che una notizia conferma perfettamente

ciò che pensiamo, rafforza la nostra identità o ci dà la soddisfazione di sentirci nel giusto, dovrebbe accendersi un piccolo segnale d'allarme. Non perché quella notizia sia necessariamente falsa, ma perché siamo noi a trovarci nella condizione meno favorevole per giudicarla con lucidità. La propaganda non ha bisogno di conoscere ogni singolo individuo, sebbene la nuova frontiera sembra orientata proprio a questo. Le basta conoscere il modo in cui funziona la mente umana. Per questo comprendere i nostri limiti rappresenta una delle forme più efficaci di libertà. Non ci rende immuni dalla manipolazione, ma rende molto più difficile influenzarci senza che ce ne accorgiamo.

La migliore difesa non consiste nel diffidare degli altri. Comincia quando impariamo, ogni tanto, a diffidare anche delle nostre prime impressioni.

La dittatura della fretta

Esiste una differenza profonda tra il modo in cui si informavano i nostri genitori e quello con cui ci informiamo oggi. Fino a pochi decenni fa le notizie seguivano un ritmo relativamente stabile. Si aspettava il giornale del mattino, il telegiornale della sera o il settimanale di approfondimento. C'era il tempo per verificare, correggere, aggiungere dettagli. L'informazione seguiva il ritmo degli eventi. Oggi accade sempre più spesso il contrario: sono gli eventi a doversi adattare ai tempi dell'informazione.
Non appena succede qualcosa, migliaia di persone iniziano a raccontarlo. Compaiono i primi video, le fotografie, le testimonianze, le ricostruzioni e, quasi subito, le opinioni. Tutto si sovrappone. Nel giro di pochi minuti una notizia può fare il giro del mondo, anche quando nessuno sa ancora con precisione che cosa sia realmente accaduto.
Questa velocità rappresenta uno straordinario progresso tecnologico. Introduce però un problema che tendiamo a sottovalutare: il primo racconto di un evento è spesso il meno affidabile.
Nelle ore immediatamente successive a un fatto importante, quasi

tutte le informazioni sono provvisorie. I testimoni raccontano ciò che hanno visto, o credono di aver visto. I giornalisti raccolgono elementi ancora frammentari. Le autorità cercano di ricostruire gli avvenimenti. L'incertezza, in questa fase, non è un'anomalia: fa parte della notizia stessa, eppure facciamo fatica ad accettarla. Preferiamo una spiegazione immediata, anche se sbagliata, a una ricostruzione più accurata che arriva qualche ora dopo. È una reazione profondamente umana. L'incertezza ci mette a disagio e il cervello tende a riempire i vuoti con la prima spiegazione che sembra convincente.

Chi costruisce campagne di manipolazione conosce perfettamente questo meccanismo. Per questo cerca quasi sempre di occupare per primo il vuoto informativo. Non è indispensabile avere ragione. Spesso è sufficiente arrivare prima degli altri. Esiste un principio della comunicazione che continua a dimostrarsi sorprendentemente efficace: la prima versione dei fatti tende a diventare il punto di riferimento con cui verranno confrontate tutte le successive. Anche quando emergono nuove prove, continuiamo inconsciamente a misurarle sulla ricostruzione iniziale. Correggere una convinzione è molto più difficile che crearla.
È anche per questo che, nei momenti di maggiore confusione, le ipotesi vengono spesso presentate come certezze. Un'esplosione diventa immediatamente un attentato. Un incidente viene attribuito a un sabotaggio. Una fotografia priva di contesto si trasforma nella prova definitiva di un crimine. Solo più tardi, quando arrivano gli accertamenti, il quadro cambia. Ma nel frattempo milioni di persone hanno già costruito la propria opinione.

C'è poi un altro aspetto da non dimenticare. Le rettifiche raramente raggiungono lo stesso pubblico della notizia iniziale. Una smentita è quasi sempre meno spettacolare della notizia che corregge. Genera meno commenti, meno condivisioni e meno interesse. Così la prima versione continua a sopravvivere nella memoria collettiva anche quando è stata ormai smentita dai fatti.
I social network amplificano ulteriormente questo fenomeno. Gli algoritmi non premiano necessariamente il contenuto più accurato,

ma quello che genera maggiore coinvolgimento. Un'informazione prudente, ricca di verifiche e di distinguo, difficilmente suscita lo stesso interesse di un'affermazione categorica: la prudenza richiede tempo, ma l'indignazione no. Ecco perché una delle forme più efficaci di autodifesa consiste nell'imparare ad aspettare.
Aspettare non significa rinunciare a informarsi. Significa concedere ai fatti il tempo di emergere. Con il passare delle ore aumentano le testimonianze verificabili, vengono pubblicati documenti, arrivano conferme indipendenti e diventa più facile distinguere le ipotesi dalle informazioni accertate.

Naturalmente esistono situazioni nelle quali è necessario decidere rapidamente. Ma sono molte meno di quanto il flusso continuo delle notizie ci faccia credere. Nella maggior parte dei casi possiamo permetterci di aspettare un'ora, qualche ora o persino un giorno prima di formulare un'opinione. Non perderemo nulla di importante. Al contrario, aumenteremo sensibilmente le probabilità di capire che cosa sia realmente accaduto. In un mondo che ci spinge continuamente ad accelerare, rallentare è diventato un gesto controcorrente. Ed è proprio per questo che rappresenta una forma di libertà.

Anche le immagini possono mentire

C'è una convinzione molto radicata che continua ad accompagnarci, nonostante viviamo immersi nelle immagini: vedere equivale a sapere.
Per secoli la fotografia è stata considerata una prova, una testimonianza diretta della realtà. Se un fatto era stato fotografato, allora doveva essere realmente accaduto. Ancora oggi, quando qualcuno vuole dimostrare qualcosa, dice spontaneamente: «Guarda, c'è anche la foto», ed èuna reazione comprensibile.

La fotografia nasce infatti da un rapporto fisico con la realtà. La luce riflessa dagli oggetti raggiunge il sensore o la pellicola e lascia una

traccia. Per questo continuiamo ad attribuire alle immagini un'autorevolezza che raramente concediamo alle parole. Ed è proprio questa fiducia a renderle uno degli strumenti più efficaci della manipolazione. La prima forma di inganno, infatti, non consiste nel modificare una fotografia. Consiste nello scegliere quale fotografia mostrare.
Ogni evento può essere raccontato attraverso decine di immagini diverse. Una manifestazione può apparire immensa oppure quasi deserta a seconda del punto di ripresa. Una persona può sembrare aggressiva o disperata scegliendo due istanti differenti della stessa sequenza. Un politico può apparire sicuro di sé oppure ridicolo semplicemente selezionando un fotogramma invece di un altro.
La fotografia, quindi, non mente necessariamente. Ma racconta sempre soltanto una parte della realtà: il fotografo decide dove mettersi, cosa includere nell'inquadratura, quando premere il pulsante e, soprattutto, cosa lasciare fuori. Ogni fotografia è il risultato di una scelta. E ogni scelta implica inevitabilmente una rinuncia. Questo non significa che l'immagine sia falsa, ma che non coincide mai con l'intera realtà.

Un celebre episodio della guerra di Crimea, a metà dell'Ottocento, aiuta a comprenderlo. Una delle fotografie più note del conflitto mostra una strada disseminata di palle di cannone. Per molti anni fu considerata una testimonianza spontanea del campo di battaglia. In seguito emerse l'esistenza di due fotografie quasi identiche dello stesso luogo: in una le palle erano sparse sul terreno, nell'altra risultavano concentrate lungo la strada. Ancora oggi gli storici discutono se siano state spostate per rendere la scena più drammatica oppure se le immagini rappresentino due momenti differenti. Qualunque sia la risposta, quell'episodio ricorda una verità fondamentale: una fotografia non è soltanto ciò che mostra. È anche il risultato delle decisioni prese da chi l'ha realizzata.
Con il digitale la situazione è diventata ancora più complessa. Oggi siamo portati a pensare che il rischio principale sia rappresentato dai deepfake o dalle immagini generate dall'intelligenza artificiale. In realtà, nella vita quotidiana, le manipolazioni più efficaci sono spesso molto più semplici. Basta un ritaglio per eliminare ciò che

disturba una determinata narrazione. Una didascalia può cambiare il significato di una fotografia perfettamente autentica. Un'immagine può essere pubblicata senza indicare dove e quando è stata realizzata. Un fotogramma estratto da un video può sostituire la comprensione dell'intera sequenza. Nessuna di queste operazioni richiede tecnologie sofisticate. Eppure tutte possono modificare profondamente il modo in cui interpretiamo ciò che vediamo.

Esiste poi una forma di manipolazione ancora più sottile. Le immagini non ci mostrano soltanto ciò che è accaduto. Ci suggeriscono anche che cosa provare. Un bambino ferito, un volto in lacrime, un edificio distrutto, un animale in pericolo. Tutte queste fotografie possono essere autentiche e, nello stesso tempo, essere utilizzate per orientare la nostra risposta emotiva. L'emozione che suscitano non dimostra la correttezza di una ricostruzione. Dimostra soltanto che quella ricostruzione ha trovato un'immagine capace di colpirci. La forza della fotografia sta proprio qui. Parla direttamente alla parte più intuitiva del nostro cervello. Le parole vengono elaborate una dopo l'altra; un'immagine, invece, produce un'impressione quasi istantanea. È anche per questo che dovremmo imparare a fare con le fotografie ciò che abbiamo imparato a fare con i testi: porre domande.
Chi ha realizzato questa immagine? Quando è stata scattata? Dove? Che cosa rimane fuori dall'inquadratura? Esistono altre fotografie dello stesso evento? Il significato cambierebbe osservando anche i secondi che precedono e seguono quel fotogramma?
Sono domande semplici, ma raramente ce le poniamo. Eppure è proprio da lì che comincia una lettura critica delle immagini. Non dobbiamo smettere di fidarci della fotografia. Dobbiamo imparare a guardarla con maggiore consapevolezza.
Una fotografia è una testimonianza preziosa. Ma, come ogni testimone, racconta sempre la realtà dal proprio punto di vista. Una fotografia può essere perfettamente autentica e raccontare, nello stesso tempo, una verità incompleta.

Qual è il vero obiettivo?

Quando scopriamo che una notizia è falsa o manipolata, la prima domanda che ci viene spontanea è: perché qualcuno dovrebbe inventarla? È una domanda legittima, ma spesso non è la più utile. La domanda davvero importante è un'altra: che cosa vuole ottenere?
Può sembrare una sfumatura, ma cambia completamente il modo di osservare la comunicazione.
Siamo abituati a immaginare la propaganda come un gigantesco tentativo di convincere le persone che qualcosa di falso sia vero. A volte è così. Nelle campagne di influenza più sofisticate, però, l'obiettivo è diverso. Non si cerca necessariamente di cambiare un'opinione. Si cerca di modificare un comportamento. È una distinzione decisiva.
Se una campagna convince una persona a condividere un contenuto senza verificarlo, ha già ottenuto un risultato. Se riesce a incrinare la fiducia nelle istituzioni, nei mezzi di informazione, nella scienza o perfino nella possibilità di conoscere la realtà, il risultato è ancora più importante. Se induce qualcuno a odiare un gruppo, a temerne un altro, a rinunciare a votare o, al contrario, a mobilitarsi in un determinato modo, il suo obiettivo è raggiunto anche se quella persona non ha mai creduto fino in fondo alla singola notizia.

La guerra cognitiva, infatti, non combatte principalmente per conquistare territori, combatte per orientare le decisioni dei cittadini, dei governi, delle imprese e perfino degli eserciti. Pensiamo a una partita di scacchi. L'obiettivo non è eliminare tutti i pezzi dell'avversario, ma costringerlo a compiere le mosse che lo porteranno alla sconfitta. La comunicazione manipolatoria funziona spesso allo stesso modo.
Ogni contenuto rappresenta una piccola mossa. Alcuni alimentano la paura, altri rafforzano l'identità di un gruppo, altri ancora creano confusione, esasperano il conflitto o diffondono sfiducia. Presi singolarmente possono sembrare insignificanti. Considerati nel loro insieme costruiscono un ambiente nel quale alcune decisioni diventano più probabili di altre.

Per questo è utile osservare una notizia non soltanto per ciò che afferma, ma anche per gli effetti che cerca di produrre.
Invita a riflettere oppure pretende una reazione immediata? Favorisce il confronto oppure trasforma ogni discussione in uno scontro? Aiuta a comprendere oppure alimenta soltanto rabbia, paura o senso di impotenza? E, soprattutto, chi trae vantaggio se quel messaggio si diffonde?
Sono domande che raramente hanno una risposta semplice. Ma il solo fatto di porsele cambia il nostro atteggiamento. Smettiamo di osservare soltanto il contenuto e iniziamo a coglierne anche la strategia.
Un errore frequente consiste nel pensare che ogni campagna di manipolazione persegua un unico obiettivo politico o ideologico. In realtà molte operazioni mirano semplicemente ad aumentare il disordine. Una società profondamente divisa è più fragile. Una popolazione che non si fida più di nulla è più facile da orientare. Un dibattito pubblico nel quale ogni informazione viene immediatamente liquidata come propaganda rende sempre più difficile distinguere ciò che è documentato da ciò che è inventato.
Paradossalmente, il successo di una campagna di influenza non consiste sempre nel far credere una menzogna. Talvolta consiste nel convincere le persone che non esista più alcuna verità affidabile. Ed è questo il risultato più pericoloso.

Una democrazia può convivere con il dissenso, con il conflitto e perfino con l'errore. Fa molta più fatica a sopravvivere quando i cittadini rinunciano all'idea stessa che la realtà possa essere conosciuta e discussa sulla base dei fatti.
La migliore difesa, allora, non consiste nel sospettare di tutto. Consiste nel conservare un metodo: verificare quando serve, accettare l'incertezza quando è inevitabile, essere disponibili a cambiare idea davanti a prove migliori e non confondere la prudenza con il cinismo.
Chi vuole manipolarci preferisce che scegliamo tra due estremi: credere a tutto oppure non credere più a niente. Entrambe le posizioni ci rendono prevedibili. La libertà sta invece in una terza possibilità: valutare ogni informazione con lo stesso spirito critico, indi-

pendentemente dal fatto che confermi o smentisca ciò che già pensiamo. Alla fine, il vero bersaglio della manipolazione non è la nostra intelligenza. È la nostra capacità di decidere in modo autonomo.
Per questo la domanda decisiva non è: «Che cosa vuole farmi credere?». È: «Che cosa vuole farmi fare?».

L'ultima scelta

Ogni giorno prendiamo una decisione editoriale senza rendercene conto. Quando scegliamo di inoltrare un messaggio, pubblicare un articolo o condividere un video, stiamo decidendo che vale la pena far circolare quell'informazione. Non importa se raggiungerà migliaia di persone o soltanto la chat di famiglia: da quel momento diventa anche un po' nostra. È una responsabilità nuova. Per gran parte della storia l'accesso alla pubblicazione è stato riservato a pochi. Oggi, invece, ciascuno di noi può diventare un anello della catena dell'informazione. Non siamo più soltanto lettori. Siamo anche distributori, e chi riceve un contenuto da una persona di cui si fida abbassa spontaneamente le proprie difese. Non valuta soltanto la notizia: valuta anche chi gliel'ha inviata. In un certo senso, insieme al link, stiamo prestando una parte della nostra credibilità.
Per questo le campagne di manipolazione non vivono soltanto grazie a chi le costruisce. Vivono soprattutto grazie a persone comuni che le fanno circolare senza cattive intenzioni, spesso convinte di fare qualcosa di utile.
È un paradosso. Alcune delle notizie che si diffondono di più non vengono condivise perché credute fino in fondo, ma perché colpiscono. Indignano, sorprendono, fanno paura o sembrano troppo importanti per essere ignorate. A quel punto il desiderio di avvisare gli altri prende il sopravvento sulla verifica. Ciò succede molto più spesso di quanto immaginiamo perché è un riflesso profondamente umano, ed è proprio in quel momento che vale la pena rallentare.
Non perché ogni contenuto sia sospetto, ma perché pochi secondi possono fare la differenza tra una scelta consapevole e un automati-

smo: mi è davvero chiaro ciò che sto condividendo? Ho letto soltanto il titolo oppure conosco anche il contesto? Sto contribuendo a chiarire un fatto oppure sto soltanto alimentando il rumore?
Sono domande che richiedono pochissimo tempo. Eppure, proprio perché interrompono l'impulso iniziale, spesso cambiano il risultato. La libertà di espressione comprende anche la libertà di non intervenire immediatamente. In un ambiente digitale progettato per premiare la velocità, decidere di aspettare è quasi un gesto controcorrente. Può sembrare una rinuncia, ma in realtà è il contrario.

Ogni volta che scegliamo di non rilanciare un'informazione della quale non siamo ragionevolmente sicuri, non stiamo sottraendo qualcosa al dibattito pubblico. Stiamo cercando di proteggerlo. È difficile misurare l'effetto di una condivisione evitata. Nessuno la noterà. Nessuno ci farà i complimenti per un messaggio che abbiamo deciso di non inoltrare, eppure anche la qualità dell'informazione dipende da questi gesti invisibili.
Le campagne di manipolazione si diffondono perché milioni di persone compiono, quasi nello stesso momento, la stessa piccola azione. È ragionevole pensare che anche il percorso opposto cominci nello stesso modo: con una persona che, per qualche secondo, decide di fermarsi.

Anche la qualità dello spazio pubblico dipende dalle informazioni che decidiamo di non mettere in circolazione.

Le dieci domande dell'autodifesa cognitiva

Se sei arrivato fin qui, probabilmente ti sarai accorto che questo manuale non ti ha quasi mai detto che cosa pensare, e infatti non era questo il suo scopo.
Nessun libro può sostituirsi al giudizio di chi legge, e sarebbe un errore provarci. La libertà di pensiero non consiste nell'avere sempre ragione, ma nel conservare la disponibilità a cambiare idea quando i fatti lo rendono necessario.

Più che offrirti delle risposte, queste pagine hanno cercato di suggerire un metodo, ed ora ti offrono delle domande.
Un metodo non elimina il rischio di sbagliare. Nessuno ne è capace. Ma riduce la probabilità di commettere gli errori più prevedibili: quelli provocati dalla fretta, dalle emozioni, dall'abitudine o dal desiderio di sentirsi confermati. Le domande che seguono non sono una formula magica, le definirei un invito a rallentare.
Se anche una sola di esse dovesse riaffiorare alla mente prima di condividere una notizia, discutere un tema controverso o prendere posizione su un fatto che ti riguarda, allora questo piccolo manuale avrà raggiunto il suo obiettivo.
Perché l'autodifesa cognitiva non consiste nel conoscere più informazioni degli altri, ma nel lasciare che sia il nostro giudizio, e non il nostro primo impulso, ad avere l'ultima parola.

Le dieci domande

1. Da dove arriva davvero questa informazione?
Non chi l'ha condivisa, ma chi l'ha prodotta.

2. Che cosa so davvero e che cosa sto deducendo?
Le ipotesi sono indispensabili. Scambiarle per fatti è pericoloso.

3. Questa notizia conferma troppo bene ciò che penso?
Se la risposta è sì, è il momento di essere ancora più prudente.

4. Che cosa non sto vedendo?
Ogni racconto mette qualcosa in evidenza e lascia inevitabilmente qualcos'altro sullo sfondo.

5. Chi trae vantaggio dalla diffusione di questo messaggio?
Non sempre esiste una risposta chiara. Vale comunque la pena cercarla.

6. Sto osservando un fatto o la sua interpretazione?
Le due cose coincidono molto meno spesso di quanto immaginiamo.

7. Se aspettassi qualche ora, cambierebbe qualcosa?
Molto spesso cambiano le informazioni disponibili. Quasi mai peggiora la qualità del nostro giudizio.

8. Questa immagine mi sta informando o mi sta facendo reagire?
Le emozioni sono preziose. Ma non dovrebbero sostituire la verifica.

9. Sto cercando di capire oppure di avere ragione?
Sono due obiettivi molto diversi.

10. Perché sento il bisogno di condividere tutto questo?
A volte la risposta migliore consiste semplicemente nell'aspettare.

Nessuna di queste domande garantisce di arrivare sempre alla verità. La realtà continuerà a essere complessa, le informazioni resteranno incomplete e gli errori saranno inevitabili. Ma una persona che si abitua a porsi queste domande diventa molto più difficile da manipolare, non perché riconoscerà sempre una menzogna ma perché avrà imparato a riconoscere i propri automatismi.
Ed è proprio lì che comincia la libertà.

In conclusione

La democrazia non chiede cittadini infallibili: chiede cittadini disposti a cambiare idea quando i fatti lo rendono necessario.
Ogni volta che scegli di verificare prima di reagire, di ascoltare prima di giudicare e di comprendere prima di condividere, stai facendo qualcosa che riguarda anche gli altri, perché la qualità dello spazio pubblico dipende anche dalla qualità del nostro modo di informarci.
L'autodifesa cognitiva non ci rende immuni dagli errori: ci ricorda soltanto che, prima di ogni opinione, esiste sempre una scelta.

La domanda decisiva non è: «Che cosa vuole farmi credere?» Ma «Che cosa vuole farmi fare?»

Come è spiegato ne La Fabbrica delle Opinioni, del quale questo capitolo è un'appendice, scopo della guerra cognitiva non è tanto far credere che il falso sia vero, ma il contrario: far credere che il vero sia falso, e così generare il caos nelle opinioni.