



Dossier. Ecologia dell'informazione. le conseguenze inquinanti della produzione industriale di informazione e alla non sostenibilità della comunicazione meramente promozionale

La

metafora dell'ecosistema dell'informazione regge abbastanza bene ed è piuttosto utile per imparare ad approcciare la mediasfera pensando le complesse interazioni che esistono tra le sue componenti. Alle conseguenze inquinanti della produzione industriale di informazione e alla non sostenibilità della comunicazione meramente promozionale – i cui rendimenti sono peraltro decrescenti – avevo dedicato un articolo chiamato appunto “[ecologia dell'attenzione](#)” (2009). Ora possiamo fare molte chiose a quell'idea. Per aiutarci a immaginare una prospettiva ecologista anche per la dimensione dell'informazione.

Come nell'ecosistema naturale, anche in quello culturale ogni novità genera conseguenze prevedibili e imprevedibili a causa delle complesse connessioni tra gli elementi costitutivi. Ecco alcune note di aggiornamento.

l'inquinamento delle menti non si poteva certo ripulire con una nuova tecnologia.

1. La produzione industriale di messaggi promozionali – basata sui mezzi di comunicazione di massa a loro volta connessi all'epoca del consumo di massa – ha lasciato dietro di sé un sistema con enormi aziende dell'informazione che producevano notizie in batteria, con lo scopo principale di mantenere viva l'attenzione del pubblico e indurlo a consumare la pubblicità. Le conseguenze indesiderate di questo sistema sono state un importante inquinamento informativo, con la tendenziale trasformazione di ogni informazione in una comunicazione orientata a uno scopo promozionale. La cultura ne è rimasta inquinata – per **la sempre maggiore difficoltà di distinguere l'informazione generata da una ricerca metodologicamente controllata e controllabile dalla comunicazione generata da scopi manipolatori**. D'altra parte, in quel contesto, un messaggio non tentava più di convincere per dimostrazione ma per ripetizione, disinformazione, confusione e tono di voce urlato, sicché il costo di far passare un messaggio di comunicazione diventava sempre più alto a parità di risultato. I rendimenti decrescenti della promozione in un contesto di oligopolio degli spazi di informazione e nel quale tutti competono per l'attenzione hanno reso proibitivo il sistema per la maggior parte dei cittadini promotori di un'idea. Questo è stato uno dei motivi di successo

dell'internet. Ma l'inquinamento delle menti non si poteva certo ripulire con una nuova tecnologia.

La pubblicità che si raccoglie facilmente online è stato un fertilizzante per la produzione di informazione ma ha fatto nascere un sacco di siti-clone, vagamente parassitari

2. La traslazione sulla rete della centralità del modello pubblicitario non è stata priva di conseguenze. L'uso dei fertilizzanti aumenta la produzione agricola ma aumenta anche le erbacce indesiderate sicché richiede un aumento anche dei diserbanti. La pubblicità che si raccoglie facilmente online è stato un fertilizzante per la produzione di informazione ma ha fatto nascere un sacco di siti-clone, vagamente parassitari, e Google ha deciso di intervenire con il diserbante chiamato Panda ([SearchEngineLand](#)). Questo peraltro non cessa di preoccupare chi osserva che Panda può anche essere un'ulteriore trasformazione del motore di ricerca in uno strumento di iperpersonalizzazione ([Filter Bubble](#)) e di concentrazione nelle logiche decisionali di Google dell'accesso alla conoscenza online. Un ricorso sempre più massiccio alla chimica per la produzione agricola, con un'escalation di fertilizzanti e diserbanti, porta ai rischi di insostenibilità della monocoltura e a rendimenti decrescenti degli investimenti con impoverimento generale. E se la conoscenza si potesse raggiungere prioritariamente solo con poche piattaforme proprietarie che decidono che cosa si può trovare, peggiorerebbe l'infodiversità, creando le condizioni per un'escalation degli investimenti in promozione finalizzati a far passare i messaggi. Rischierebbe di emergere un ecosistema dell'informazione desertificato e impoverito.

il web ha anche aperto la strada anche a nuovi comportamenti inquinanti, capaci di generare confusione e di rendere più difficile la coltivazione dei pensieri più documentati, empiricamente sperimentati, costruttivamente orientati.

3. Naturalmente sia nel punto 1 che nel punto 2 le eccezioni abbondavano e non si può certo dire che si sia mai rischiate una vera monocoltura informativa in stile Grande Fratello. Ma sicuramente ci si è avvicinati. E ci si può allontanare. La consapevolezza dei rischi che corre l'ecosistema dell'informazione è la premessa per l'emergere di modelli alternativi. Tutto questo è già cominciato. E l'infodiversità si è arricchita dei tentativi di ogni genere avviati da gruppi di generosi cittadini che hanno contribuito fin dall'esordio del web ad alimentare l'ecosistema dell'informazione di notizie generate con metodi di qualità e con punti di vista che le altre componenti della mediasfera tenevano lontani dall'attenzione. E ovviamente il web ha anche aperto la strada anche a nuovi comportamenti inquinanti, capaci di generare confusione e di rendere più difficile la coltivazione dei pensieri più documentati, empiricamente sperimentati, costruttivamente orientati. Di fronte a questo si moltiplicano in tentativi di diffondere una certa consapevolezza di queste derive (uno tra i tanti esempi è [Timu](#), a cui collaboro). Il punto è che un'ecologia dell'informazione ha prima di tutto bisogno di consapevolezza. Ed è anche chiaro che i primi che propugnano una nuova consapevolezza ecologica nel campo dell'informazione si trovano a dover affrontare una difficoltà gigantesca.

L'ecologia dell'informazione si trova probabilmente oggi al livello in cui l'ecologia

dell'ambiente si trovava una trentina d'anni fa. Era allora chiaro a certe élite intellettuali che il sistema industriale privo di regole produceva inquinamento: oltre ai prodotti di consumo, l'industria generava esternalità negative sull'ambiente che consumavano risorse di tutti e peggioravano le condizioni di vita. Il tempo che è stato necessario perché da consapevolezza vagamente elitaria, il tema ecologico si sia trasformato in una consapevolezza diffusa in occidente è stato di alcuni decenni. Oggi l'Europa, il grande inquinatore del pianeta, è diventato uno dei luoghi più consapevoli delle conseguenze devastanti della disattenzione per le risorse naturali: ma ci è voluto parecchio tempo. E ci sono volute parecchie crisi.

Ebbene, se oggi alcuni si accorgono dell'inquinamento culturale generato dall'eccessivo ricorso alla produzione industriale di informazione – e se cominciano a esistere significative opportunità alternative – è anche grazie al fatto che la rete ha rivalutato le risorse culturali comuni e le possibilità di intervento delle persone e delle comunità. Ma la rete senza consapevolezza non può certo risolvere il problema. E per diffondere la consapevolezza occorre tempo, attenzione, cura, collaborazione, discussione, visione. L'ecologia dell'informazione ha bisogno di terreni coltivati con qualità: informazione documentata, testimonianze verificate, relazioni accurate, ricerca orientata a principi di completezza e indipendenza, pratica legalmente avvertita, orientamento alla cittadinanza e al bene comune... L'ecologia dell'informazione è sanità mentale. Ci si arriverà. Ma ogni aiuto è benvenuto. E, obiettivamente, la quantità di ecologisti dell'informazione sta crescendo.

Tratto da blog.debiase.com

