

Discorso di apertura

Nel nostro cervello abbiamo circa 10 miliardi di cellule nervose. La loro comunicazione è responsabile praticamente di tutto: in un certo senso costituisce la nostra percezione, modella i nostri pensieri e determina le nostre azioni. La loro interazione crea l'immagine, l'idea, la convinzione che abbiamo del mondo. Ciò che percepiamo, ciò che vediamo, leggiamo, sentiamo e, cosa molto importante, le emozioni che proviamo, si condensano in un mondo in miniatura nella nostra testa.

Ma se le informazioni che percepiamo dal nostro ambiente sono false, cioè disinformazione, allora questo influisce sull'immagine che abbiamo del nostro ambiente. Non deve necessariamente essere così, dipende anche da noi, possiamo agire attivamente per contrastarlo. Tuttavia, la probabilità che sviluppiamo idee sbagliate aumenta e, una volta che le abbiamo, le decisioni e le azioni sbagliate sono ovvie.

Non penso solo alla disinformazione e, ad esempio, al conseguente negazionismo climatico o, nel frattempo, allo scetticismo climatico. Si tratta anche di una questione più articolata: le persone hanno un'immagine corretta della portata della crisi? Considerando l'aumento delle emissioni, sembra che non sia così.

Noi – ora parlo di me come attivista e delle persone del movimento per il clima, Climate Action South Tyrol e dell'associazione per la protezione della natura e dell'ambiente – abbiamo avviato un dialogo con gli scettici sul clima. Alcuni ci dicono che stiamo spreco il nostro tempo. Tempo prezioso che dovremmo impiegare in altro modo. Anche ieri, durante la tavola rotonda, è stato detto che non si dovrebbe discutere con atteggiamenti assurdi e lontani dalla realtà. E forse è giusto. Noi però crediamo che non solo possiamo imparare qualcosa da questo, ma anche che questo atteggiamento estremo possa permeare il centro della società. Le persone non credono a tutte le sciocchezze che dicono gli scettici sul clima, ma qua e là riprendono ciò che può servire a tranquillizzarle in una situazione di crisi: “Forse è tutto esagerato? Forse non è così grave come ci dicono il Gruppo intergovernativo sui cambiamenti climatici o gli attivisti? Ci sono anche altri esperti, no?”

Lo scetticismo si diffonde. Abbiamo il mondo in miniatura giusto nelle nostre teste? Almeno uno abbastanza corretto?

Un altro esempio è l'idea che la natura umana sia egoista e guidata dall'interesse personale. Una narrativa meravigliosa per costruire un sistema economico capitalista e sfruttatore, perché legittima anche le azioni più distruttive. Ognuno pensa a sé stesso e così via - lo sappiamo bene.

Ieri si è parlato anche del potere delle narrazioni. Ebbene, la narrazione della natura umana egoista è, a mio avviso, un esempio lampante di una narrazione potente che

plasma la nostra società fino alle sue fondamenta. Se mi è consentito esagerare un po': si tratta di una campagna di disinformazione in atto fin dai tempi di Charles Darwin e che continua ancora oggi con tenacia. Darwin, tuttavia, ne è stato ingiustamente ritenuto responsabile. Il concetto di "survival of the fittest", ovvero la sopravvivenza del più forte, che sarebbe praticamente la ragione per cui tutti tendiamo a guardare solo a noi stessi (dopotutto siamo in costante competizione), è stato coniato da Herbert Spencer. E così questo malinteso della teoria dell'evoluzione ha trovato la sua strada dalla biologia alle scienze sociali e, attraverso molti altri intellettuali, alla nostra cultura occidentale.

All'epoca, però, il naturalista, ex principe russo e poi anarchico Pjotr Kropotkin aveva già capito che l'evoluzione non riguardava solo il più forte, ma al contrario: l'aiuto reciproco.

Ha quindi scritto il libro "Mutual Aid: A Contribution Toward a Theory of Evolution" (Mutual Aid: A Contribution Toward a Theory of Evolution) per offrire un'alternativa che cercasse di porre l'altruismo al centro della teoria dell'evoluzione, al fine di integrare l'immagine scientificamente insufficiente e unilaterale dell'evoluzione che era stata delineata all'epoca. Non ha avuto successo. Nel frattempo sono state acquisite molte nuove conoscenze scientifiche e da alcuni decenni la teoria dell'evoluzione ha abbandonato il "survival of the fittest" come unico meccanismo evolutivo, mentre studi psicologici dimostrano ripetutamente la propensione alla cooperazione. Una bella sintesi di tutto ciò è offerta dal libro dello storico Rutger Bregman, intitolato "Im Grunde gut" (Fondamentalmente buoni).

Con questa consapevolezza, ora si tratterebbe di costruire una società fondata sulla cooperazione, così come attualmente lo è sull'egoismo. Un piccolo spiraglio di speranza: l'ex primo ministro della Nuova Zelanda, Jacinda Ardern, ora insegna leadership politica empatica e i primi ministri dell'Australia e del Canada hanno entrambi posto la gentilezza e la cordialità al centro dei loro discorsi inaugurali. Momenti che possono e devono essere utilizzati per creare una comprensione diversa, una narrativa diversa, ma che devono poi essere vissuti nella pratica politica, come ha fatto in modo così impressionante Jacinda Ardern durante il suo mandato. I simboli sono necessari, ma non bastano, altrimenti perdiamo la fiducia nella politica.

Se partiamo dal presupposto, basandoci su informazioni errate e narrazioni sbagliate, che la persona che abbiamo di fronte sia egoista, allora è più probabile che, per autodifesa, decidiamo di agire in modo egoistico. In questo modo la narrazione diventa una profezia che si autoavvera. Ci vogliono principi e ideali forti per non farlo e non cadere in questo circolo vizioso. Sarebbe più semplice avere informazioni corrette e accurate che mi facciano capire che il mio interlocutore non è poi così male come la narrativa errata vorrebbe farci credere. Non a caso, proprio i regimi autocratici ritengono importante dividere le persone, metterle l'una contro

l'altra. Se la cooperazione tra il popolo si erode, il governante deve aspettarsi meno resistenza, mentre si arricchisce e si diletta del lavoro del popolo.

Tutto ciò rende ancora più chiaro il motivo per cui abbiamo scelto questo argomento. L'informazione di alta qualità è davvero uno dei fondamenti centrali della nostra società odierna, che non a caso chiamiamo società dell'informazione. Può avere un effetto promotore o ostacolante per la trasformazione ecologica e sociale.

E ora mi permetto di formulare una tesi sintetica che forse può sintetizzare alcune condizioni o contesti sociali: pensiamo ora alla copertura mediatica, ai media classici e ancora di più ai media curati algoritmicamente. Un problema centrale che dobbiamo affrontare è la tendenza delle persone a prestare particolare attenzione alle notizie che suscitano emozioni negative.

Per capirne il motivo, dobbiamo considerare come l'evoluzione ha influenzato l'elaborazione dei segnali nella nostra mente. Dopo tutto, è stato necessario dal punto di vista evolutivo prestare particolare attenzione ai pericoli. Il predatore nella boscaglia che potrebbe costarci la vita. Le risposte "lotta o fuga" del nostro cervello sono molto influenti tra le varie funzioni cerebrali. Ora non viviamo più in quell'ambiente pericoloso, ma biologicamente siamo ancora le stesse persone. Viviamo in un mondo digitale e algoritmico che sfrutta proprio questa predisposizione biologica degli esseri umani, per sua natura, per attirare l'attenzione.

Allora possiamo continuare a riflettere: perché i media vogliono sfruttare questo aspetto?

Sì, per alcuni potrebbe esserci una ragione naturale per produrre notizie sensazionalistiche con titoli clickbait. Nel migliore dei casi, una giornalista ha investito molto lavoro nella sua ricerca e ora vuole assicurarsi che il suo lavoro venga notato. Quindi una ragione del tutto pragmatica. Ma non sarebbe ingenuo pensare che questa sia l'unica ragione alla base del giornalismo sensazionalistico? Non è più un segreto che nelle redazioni e nelle case editrici si possa puntare anche alla massimizzazione dei profitti – e questo è apertamente l'obiettivo dichiarato delle aziende della Silicon Valley che hanno creato i social media curati algoritmicamente! Attenzione significa pubblicità, significa denaro. Quindi anche in questo caso il problema è il capitalismo, per dirla in breve, e questo ci riporta alla sopravvivenza del più forte: chi non riesce ad affermarsi nella competizione viene eliminato, tranne alcuni idealisti ostinati che, a quanto pare, sfidano magicamente questa presunta legge? Probabilmente la ragione non è tanto la magia, quanto piuttosto il lavoro diligente. Perché ci vogliono molta forza e perseveranza - e possibilmente una comunità solida e mutualistica che ti sostenga - per sottrarsi alla concorrenza e continuare comunque a esistere.

Comunque, torniamo alla copertura mediatica emotiva e negativa. Semplicemente non è una buona idea spaventarci e angosciarci a vicenda. Naturalmente questo

porta anche a uno stress psicologico collettivo e contribuisce all'aumento generale della depressione. Un danno collaterale significativo, quindi, di questa logica della copertura mediatica. A questo proposito consiglio il libro di Cathrine Gyldensted "From Mirrors to Movers: Five Elements of Positive Psychology in Constructive Journalism".

Si prevede che presto saremo 10 miliardi di persone su questo meraviglioso pianeta. Tanti quanti sono i neuroni nel nostro cervello. Come i nostri neuroni, anche noi comunichiamo molto. Quando la comunicazione tra alcuni neuroni non funziona più, possono svilupparsi patologie come la schizofrenia, la depressione, ecc. Il nostro ambiente reale non viene più rappresentato correttamente nella nostra mente, la nostra percezione cambia e le nostre decisioni iniziano a danneggiare noi stessi e forse anche i nostri simili.

Quando la comunicazione tra le persone non funziona più perché alcune di loro diffondono costantemente disinformazione, noi come società non prendiamo più decisioni corrette e sviluppiamo, in senso metaforico, patologie sociali.

Mentre non comprendiamo ancora la comunicazione delle cellule nervose nel nostro cervello e spesso non siamo in grado di curare le malattie mentali, abbiamo costruito noi stessi la comunicazione tra le persone e la modelliamo giorno dopo giorno. Questa comunicazione possiamo curarla. Ed è proprio di alcune di queste patologie e di alcuni approcci terapeutici che vogliamo parlare in questi Colloqui di Dobbiaco.