

Università Ca' Foscari Venezia
Dipartimento di Economia

Elogio della divulgazione

Lectio magistralis del Direttore Generale della Banca d'Italia
e Presidente dell'IVASS

Salvatore Rossi

Venezia, 5 ottobre 2018

Premessa

Questa lezione nasce da una riflessione intorno al modo in cui tutti noi ci formiamo un'opinione e assumiamo decisioni.

La questione ha tanti aspetti, ma ne affrontiamo qui uno in particolare: le informazioni che ci alimentano e le fonti da cui le traiamo. È un aspetto essenziale. Opinioni e decisioni sono certo forgiate da processi cognitivi, ispirate da convincimenti religiosi o politici, ma le informazioni che usiamo sono il loro nutrimento principale. Mescolate coi nostri pre-giudizi ci inducono alla fine a pensarla in un modo piuttosto che in un altro, e a decidere di conseguenza.

Ebbene, in questa fase storica, nelle democrazie dell'Occidente sembrerebbe esserci un problema di qualità dell'informazione che viene resa disponibile all'opinione pubblica. Molta di questa informazione, si dice, è falsa o fuorviante: per ignoranza, per superficialità o per malizia di chi la fabbrica. Le cosiddette *fake news* sono parte di questo dibattito. L'Italia ovviamente non si sottrae al problema, anzi ne è uno dei laboratori principali.

La tesi di questa lezione è che i fabbricanti seri dell'informazione, in particolare gli studiosi, abbiano oggi un dovere di divulgazione del loro sapere che è diventato impellente, soverchiante, che dovrebbe essere la loro principale preoccupazione. In tutti i campi. Prima che sia troppo tardi. Specialmente in Italia. Specialmente nelle cose economiche.

I vescovi del sapere e la democrazia

Narrazioni fantastiche e storie inventate hanno sempre avuto ampia circolazione fra gli esseri umani, in ogni tempo, a ogni latitudine e longitudine. Ciò che ha contraddistinto l'epoca moderna è stata la nascita e la diffusione della scienza galileiana, quella secondo cui qualunque asserzione deve essere

sottoposta a un attento scrutinio empirico e che non esistono dogmi assoluti; in termini semplici, che non si deve credere alle favole.

La scienza moderna, che si occupi di lanciare un razzo sulla Luna o di accrescere il benessere economico, può essere a volte tentennante e imprecisa, ma rappresenta il meglio che l'umanità possa mettere in campo per avvicinarsi alle verità naturali. Essa si nutre di competenze, di talenti, bada innanzitutto a convincere dei propri risultati la comunità degli altri ricercatori (anche se magari dopo molto tempo), non assegna ruoli a religioni, ideologie politiche, mode, incantamenti di massa.

Da alcuni anni – si sostiene – in larga parte delle discussioni pubbliche l'opinione dei competenti è rifiutata, quando non irrisa. Si sarebbe diffusa l'idea che non ci siano problemi difficili e soluzioni complesse, tutto sarebbe facile e alla portata di chiunque – comprensione del problema e ricerca della soluzione – se solo si sconfigge la corporazione dei sedicenti esperti, bravi solo a perpetuare il loro potere.

Internet avrebbe avuto un ruolo importante in tutto questo. Internet dà voce a chiunque disponga anche solo di uno smartphone da pochi soldi, anche se digita da un angolo remoto di mondo. Chiunque può scrivere o fotografare o filmare qualcosa che diventi virale. Le intermediazioni tradizionali, degli esperti, dei competenti, dei selezionatori professionali di notizie, saltano. È un grande falò liberatorio (ma lo furono anche i roghi di libri appiccati dagli studenti nazisti nella primavera del 1933¹).

Una tale rivoluzione non lascia immune nessuna branca di attività pubblica. L'economia e la politica economica ne soffrono parecchio, in un tempo in cui queste discipline sono al centro, direttamente o indirettamente, di quasi tutte le decisioni dei singoli cittadini e dei governi, persino di quelle etiche.

Nel corso dei decenni si sono andati sviluppando in campo economico, a fianco dei governi, apparati amministrativi e tecnici che hanno accumulato conoscenze e prassi loro proprie: uffici ministeriali, istituti ed agenzie specializzati, autorità indipendenti, banche centrali. Essi si sono dotati di capacità autonome di elaborazione e di azione. Fino ad alcuni anni fa

¹ Shirer, William L., 1961, *The Rise and Fall of the Third Reich*, Rosetta Books, New York.

l'equilibrio fra governi e apparati era assicurato da una sorta di fiducia di medio termine dei primi nei secondi: i governi controllavano solo discontinuamente la validità dell'azione, a volte non soltanto amministrativa, degli apparati, limitando il proprio ruolo a dare orientamenti politici di fondo. Ma perché i governi potessero comportarsi così dovevano poter rispondere del proprio operato agli elettori pure in modo discontinuo, ad esempio in occasione di elezioni politiche generali.

Ora, fintantoché il giudizio degli elettori nelle democrazie occidentali è stato mediato dalle grandi ideologie nate a cavallo fra l'Ottocento e il Novecento la discontinuità del controllo è stata naturale. Gli elettori si fidavano del fatto che i governanti agissero almeno nel medio periodo nel loro interesse, non pretendevano di giudicarne in tempo reale l'operato, perché la comune appartenenza ideologica li rassicurava. Quando le ideologie si sono attenuate fin quasi a scomparire e l'elettorato si è trasformato nel pubblico di uno spettacolo continuo e senza fine, il marketing politico è diventato l'unico linguaggio parlato dai politici dei regimi democratici alle masse e da queste compreso. Oggi il discorso fra elettori ed eletti deve essere continuo, ininterrotto, e svolgersi attraverso ogni tipo di mezzo di comunicazione, soprattutto quelli, come i *social media*, a consumo istantaneo.

Si badi che tutto questo non si applica soltanto ai fatti economici in senso stretto, ma anche ad altri campi dell'azione amministrativa e politica, come ad esempio la politica estera. Se le relazioni internazionali di un paese sono continuamente esposte alle oscillazioni dei gusti e dei capricci del pubblico; se si diffondono, per raccontare lo stato degli interessi nazionali e dei rapporti internazionali, narrazioni basate su tecniche di *story telling* – per intenderci, quelle alla base delle fiction televisive – in modo da vellicare gli stati d'animo del pubblico; se conta il successo di ascolti nel breve periodo, indipendentemente dalla realtà effettiva degli interessi nazionali di medio-lungo termine; allora l'apparato diplomatico di un paese democratico fa sempre più fatica a orientare l'azione di governanti interessati soltanto all'*advertisement* minuto per minuto della propria parte politica presso gli elettori attuali e potenziali. Il caso degli odierni Stati Uniti d'America è esemplare².

² All'indomani dell'incontro fra i presidenti degli Stati Uniti d'America e della Russia avvenuto il 16 luglio 2018, il politologo francese Dominique Moïsi rilasciò un'intervista al Corriere della Sera che l'intervistatore sintetizzò nel titolo così: "Più che diplomazia questo è marketing". Corriere della Sera del 17 luglio 2018.

Tutto questo vuol dire che i depositari della competenza tecnica, i vescovi del sapere, hanno sempre ragione e i rappresentanti del popolo sempre torto? Che rovesciare il sinodo di quei vescovi, restituire alla gente semplice il potere di risolvere con semplicità i suoi problemi sia sempre e comunque un gesto rivoluzionario da condannare? Ahimè no. Altrimenti non si spiegherebbe il periodico insorgere nella storia di vasti movimenti d'opinione o politici che si rivoltano contro l'*establishment*³.

Bisogna, io credo, riflettere su questo punto: la scienza (economia inclusa) è, sì, democratica⁴, ma solo all'interno di se stessa. Tutti coloro che ne stanno fuori, cioè la collettività dei cittadini, devono fidarsi del fatto che la comunità scientifica abbia regole severe, disegnate per far sì che essa lavori al meglio nell'interesse dell'umanità intera. Se questa fiducia di fondo della cittadinanza s'incrina – come può accadere in epoche storiche, come forse l'attuale, segnate da crisi sociali o politiche – il danno è di tutti. Né vale che i ricercatori si ribellino all'oscurantismo montante rivendicando orgogliosamente i loro statuti. Il resto della società potrebbe ancor più diffidare di loro.

In altri termini non basta scoprire, innovare, elaborare teorie e tecniche. Per mantenere o riconquistare la fiducia della collettività bisogna spiegare i risultati delle proprie ricerche ai non addetti ai lavori, con umiltà e pazienza, senza l'alterigia a volte esibita da chi è orgoglioso del proprio sapere, faticosamente conquistato. Occorre una certissima traduzione dal linguaggio tecnico, gergale, nella lingua comune, corrente, cercando di ridurre più che si può l'inevitabile perdita di precisione che ogni traduzione di questo tipo implica.

Insomma, bisogna divulgare. Ma senza mai perdere contatto col rigore del ragionamento e con la durezza dei fatti. Al tempo stesso, si devono ricercare semplicità e chiarezza espositive, per quanto complesse siano le questioni trattate.

³ Eichengreen, Barry, 2017, *The Populist Temptation*, Oxford University Press, Oxford.

⁴ Viale, Riccardo, *Politica contro scienza, gli esempi terribili del nostro passato*, Corriere della Sera del 9 agosto 2018.

La divulgazione economica

Ma che vuol dire in concreto? Facciamo un esempio, di un luogo comune impreciso e fuorviante sull'economia italiana che trarrebbe grande beneficio da una narrazione corretta, cioè da una buona divulgazione.

Il luogo comune recita che l'economia italiana potrebbe essere prospera e felice se solo l'Europa, per stolidità teutonica, e i mercati, per occasionali antipatie politiche, non le imponessero una camicia di forza finanziaria. In questo modo ipersemplicato di raccontare le cose vi sono grani di verità e tonnellate di falsità. Le cose sono molto più intrecciate e complicate e il compito di chi ha a lungo studiato questi problemi è di farlo capire bene.

Intanto, chiariamo un punto: la questione principale dell'economia italiana è che, quando si produce qualcosa (un macchinario industriale, un parere legale, una lezione di storia), non lo si fa in modo abbastanza efficiente. In altri termini si sprecano risorse e per raggiungere una data qualità si pagano costi maggiori⁵. Tutto questo in media, naturalmente. Le differenze fra un'azienda e l'altra, fra un avvocato e l'altro, fra un professore e l'altro sono enormi: ma in media l'economia italiana soffre di uno svantaggio competitivo e di un difetto di crescita rispetto ad altre. Da almeno vent'anni. L'Italia sa fare un sacco di cose, ma le fa, in complesso, meno e peggio di quanto potrebbe⁶.

Anche da questo deriva la crescente e diffusa preoccupazione per le disuguaglianze in Italia. Un'economia che cresce poco per un periodo così lungo, dove i redditi familiari sono in termini pro capite sui livelli della fine degli anni Ottanta, è un'economia che offre poche opportunità ai suoi cittadini, soprattutto a quelli più giovani⁷. Non sorprende che due terzi dei giovani tra i 18 e i 34 anni si attendano che chi oggi studia o inizia a lavorare occuperà in futuro una posizione sociale ed economica peggiore di quella della generazione che li ha preceduti⁸.

⁵ Gli economisti la chiamano produttività, ma è un termine gergale che non verrà usato qui.

⁶ Giunta, Anna e Rossi, Salvatore, 2017, *Che cosa sa fare l'Italia*, Laterza, Bari-Roma.

⁷ Andrea Brandolini, Romina Gambacorta e Alfonso Rosolia, "Inequality Amid Income Stagnation: Italy Over the last Quarter of a Century", in *Inequality and Inclusive Growth in Rich Countries: Shared Challenges and Contrasting Fortunes*, a cura di Brian Nolan, Oxford University Press, 2018.

⁸ Sondaggio di Demopolis su "I giovani italiani e le disuguaglianze" realizzato per Oxfam Italia nel settembre 2018 su un campione rappresentativo di 1.040 intervistati.

Le cause di questa situazione sono molteplici e non le discutiamo qui. Una cosa è certa: il problema non si risolve inducendo lo Stato a indebitarsi. Lo Stato può far molto in questo campo spendendo meglio e fissando norme che incentivino l'efficienza.

Se volessimo affrontare la questione dal lato dell'equità sociale (e sbaglieremmo a separare questa dall'efficienza produttiva: prima bisogna far crescere la torta e poi pensare a come tagliarla) ancora una volta non è con maggiori debiti che si risolve il problema, ma tutt'al più ripartendo diversamente le tasse fra chi ha di più e chi ha di meno e migliorando la capacità perequativa di molti trasferimenti pubblici.

Ora, l'Europa e i mercati sono innanzitutto preoccupati del debito pubblico italiano, che, come sanno ormai anche i sassi, ha superato i 2.300 miliardi di euro, ovvero il 130 per cento del PIL di un anno.

Chiediamoci innanzitutto: che vuol dire Europa? Che vuol dire mercati?

Europa vuol dire tutta la complicata architettura di istituzioni (Commissione, Parlamento europeo, Consiglio europeo, Banca centrale europea, eccetera) e di norme (Trattati, Direttive, Regolamenti, eccetera) che limitano e condizionano la sovranità degli Stati membri. Per loro stessa volontaria decisione.

Soffermiamoci di più sui mercati. Mercati vuol dire risparmiatori. Chiunque abbia del denaro da parte oltre a quello in un conto corrente bancario, anche in quantità modesta, lo affida a qualcuno perché glielo investa: una banca, un promotore finanziario, un amico. Normalmente questi dettaglianti si rivolgono a dei grossisti (le banche hanno spesso al loro interno sia i primi sia i secondi), i quali cedono loro prodotti finanziari di varia natura, dai più semplici come un titolo di Stato ai più complessi come un "derivato", a seconda della sofisticazione del cliente finale. I grossisti (funzionari che lavorano nelle fabbriche-prodotto delle banche, o nei fondi comuni d'investimento, o nelle aziende di gestione del risparmio) non hanno patria, anche se sono italiani, tedeschi, americani per passaporto e residenza. Hanno il mondo intero come campo d'azione e ragionano più o meno tutti nello stesso modo.

Quanti saranno? Diciamo, con una stima grossolana, circa mezzo milione in tutto il pianeta. Il loro scopo è ricavare il rendimento più alto possibile a parità

di rischio corso, facendo così contenti i propri clienti, che sono quei dettaglianti che a loro volta devono accontentare i risparmiatori che si sono rivolti a loro. Si arrabattano facendosi aspra concorrenza, ma fondamentalmente agiscono sulla base degli stessi metodi, cercando di procacciarsi notizie sugli andamenti economici prospettici di aziende e Stati un secondo prima dei concorrenti.

E gli speculatori? Ci sono anche loro, naturalmente. Gente che usa denaro proprio o di pochi sodali (fondi *hedge*, fondi di *private equity*, eccetera) per fare scommesse, anche al ribasso, cioè puntando sul fatto che un'azienda o uno Stato vada male e i titoli che ha emesso per finanziarsi perdano valore. Ma sono dei pesci pilota, non dei pescicani (anche se a volte hanno dimensioni da balene). Scommettono al ribasso (cioè vendono allo scoperto titoli che non possiedono) quando capiscono che l'immenso branco di pesci che sta subito dietro di loro – gli investitori che agiscono per conto dei risparmiatori di tutto il mondo – è incerto sulla direzione da prendere, se vendere o no, e cercano di orientarli a vendere. Se ci riescono, e il valore dei titoli venduti crolla, li comprano a un prezzo molto più basso e onorano la vendita allo scoperto precedente, con un gran guadagno. Entrano in gioco quando c'è già inquietudine fra gli investitori ordinari, a causa di notizie poco rassicuranti che circolano intorno a quell'azienda o a quello Stato. E in ogni caso a muoverli è solo la prospettiva di un guadagno. Che è tanto più probabile quanto più percepiscono in anticipo che la vittima è sull'orlo del baratro e basta una spintarella a buttarla giù. Simpatie e antipatie politiche sono fuori dei loro circuiti mentali, annebbierebbero loro la vista, che deve restare acuta per accumulare denaro.

Se mercati vuole dire essenzialmente risparmiatori, quelli nazionali sono diversi da quelli esteri? In altri termini, io che sono italiano tengo molto più volentieri nel mio portafoglio un BTP (un titolo dello Stato italiano) di un risparmiatore francese o tedesco, per ragioni patriottiche? Può darsi, ma è molto improbabile. I soldi sono soldi, a nessuno fa piacere perderli per amor di patria, salvo che in circostanze eccezionali, come ad esempio una guerra. Una differenza economica potrebbe essere che se lo Stato italiano, mettiamo, dovesse fallire, cioè non rimborsare a scadenza i propri titoli o farlo solo in parte, per cercare di risalire la china dovrebbe aumentare le tasse, colpendo quindi i propri cittadini ma non anche quelli francesi o tedeschi. Gli italiani potrebbero essere allora più restii a liberarsi di titoli pubblici nazionali, quando s'infittiscono notizie negative sulle finanze del loro Stato, nel tentativo di salvarlo e di non essere tassati. Ma è un ragionamento più da economista a tavolino che

da risparmiatore medio, è davvero molto improbabile che possa spiegare una differenza di comportamento fra detentori italiani ed esteri di titoli del debito pubblico italiano. Un altro motivo economico di relativa maggiore inclinazione dei risparmiatori italiani a detenere titoli nazionali potrebbe essere questo: in caso di default parziale e di conseguente ristrutturazione del debito, lo Stato italiano potrebbe fare salvi i suoi risparmiatori, almeno quelli *retail* (quindi non banche o assicurazioni), ma non quelli esteri. Anche questa ipotesi è molto improbabile: intanto perché sarebbe una mossa controproducente pensando a un futuro ritorno sui mercati internazionali, poi perché comunque i detentori esteri farebbero vantare le clausole di azione collettiva che ora li proteggono.

Se si affaccia l'ipotesi, per quanto remota, del fallimento del debitore, cioè del mancato rimborso a scadenza dei debiti contratti, i risparmiatori/creditori si difendono come possono facendo vendere ai gestori dei loro risparmi un po' di quei titoli divenuti più rischiosi: risparmiatori italiani o francesi o tedeschi non fa molta differenza. Le statistiche ufficiali non ci aiutano a distinguere tempestivamente se una certa ondata di vendite di titoli pubblici italiani sia originata più dai risparmiatori nazionali o da quelli esteri, se non incrociando varie basi dati e ricorrendo a delle stime.

I mercati – cioè i risparmiatori/creditori nazionali ed esteri, più eventuali speculatori/anticipatori – leggono giornali, guardano tv e social media, ascoltano dichiarazioni politiche e cercano di capire se la probabilità di un fallimento dello Stato stia aumentando o diminuendo.

Nel caso di uno Stato aderente all'area dell'euro, come quello italiano, essi guardano anche ai rapporti con le istituzioni e le norme europee, perché un inasprirsi di questi rapporti è indizio di un avvicinarsi della prospettiva di un fallimento, addirittura via un abbandono unilaterale dell'area. Quindi l'Europa è importante, ma solo indirettamente. L'arma pericolosa in mano ce l'hanno i mercati, definiti come abbiamo detto.

Ricapitolando. Il principale problema italiano è l'efficienza media di chi produce: da molti anni essa cresce poco o non cresce affatto, perché la tecnologia adoperata è inadatta, perché leggi e regolamenti sono ostili, perché le istituzioni pubbliche sono zoppicanti, perché gli imprenditori a volte non vogliono aumentare troppo la dimensione della loro azienda, perché perché... La società italiana rimane diseguale anche per la scarsa capacità di crescita della sua economia. In ogni caso la soluzione non è più debiti dello Stato.

Perché è difficile divulgare le cose economiche

Divulgare è difficilissimo, anche nelle cose economiche. Perché ragionamenti e fatti di natura economica non sono mai esatti e puramente obiettivi.

L'economia studia i comportamenti umani, dunque non è una scienza esatta. Le teorie economiche, anche le migliori, anche quelle elaborate da studiosi di chiara fama della cui buona fede non si può dubitare, possono essere contaminate da pregiudizi, distorte da convincimenti extra-economici⁹.

I fatti economici – sia quelli micro, che riguardano singoli soggetti, sia quelli macro, che riguardano grandi aggregati di soggetti – pongono formidabili problemi d'identificazione e misurazione. Ad esempio, misurare gli investimenti di un'impresa o quelli di un'intera economia nazionale, per di più in modo comparabile fra varie imprese o fra vari paesi, richiede la preventiva fissazione di numerosissimi e dettagliati criteri contabili e statistici, l'individuazione degli interlocutori giusti nelle aziende e la formulazione delle domande giuste da parte dei rilevatori: perché un investimento produttivo può implicare mille cose diverse, dall'acquisto di una matita a quello di un software o di un intero grattacielo di uffici, dalla costruzione di un capannone industriale alla progettazione e realizzazione di un macchinario industriale.

Ancora più complesso è misurare sentimenti e attese di una collettività, locale, nazionale, internazionale: climi di fiducia, aspettative d'inflazione, intenzioni di consumo o d'investimento. Ad esempio, se la collettività da sondare è ampia bisognerà, per evidenti ragioni di costi, usarne un campione rappresentativo e le tecniche di campionatura sono complicatissime se il sondaggio è, appunto, serio.

Gli istituti statistici ufficiali presenti in tutti i paesi e gli organismi internazionali che pubblicano dati economici e finanziari (fra gli altri l'Eurostat, il Fondo Monetario Internazionale, l'Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico) si prendono cura delle esigenze conoscitive principali in materia economica e lo fanno nel miglior modo possibile. Ma l'esigenza di precisione e completezza dei dati fa spesso premio su quella di comunicare in modo semplice. Inoltre, gli istituti ufficiali sono ben lungi dall'essere le uniche

⁹ Sul ruolo dei paradigmi scientifici il riferimento classico va a Thomas Kuhn (1962), *The Structure of Scientific Revolutions*, The University of Chicago.

fonti disponibili. Vi sono un sacco di centri statistici privati che pure riforniscono i *media* di dati, in alcuni casi ben fatti ma in altri no, quando non sono vere e proprie truffe statistiche.

Noi cittadini non siamo abituati a far caso alle fonti delle notizie che ci piovono addosso quotidianamente quando sfogliamo un giornale, consultiamo i dispositivi digitali di cui siamo più o meno tutti dotati, guardiamo la cara vecchia tv. I *media* sono pieni di tabelle e grafici su svariati fatti economici e quasi mai sono indicate fonti e metodologia. Se pure fossero indicate non ci baderemmo, abbiamo normalmente pochissimo tempo da dedicare a quella notizia in particolare. Ma se il fatto è inesistente o misurato male ne ricaveremo un'impressione fallace che, per quanto blanda e fugace, può lasciare tracce nella nostra psiche e riflettersi sul nostro comportamento.

Ancora di peggio accade quando veniamo posti di fronte non a fatti inesistenti o mal misurati bensì a teorie sbagliate o mal rappresentate: qualunque affermazione riguardante il modo in cui le economie funzionano, le leggi a cui obbediscono, la maniera di perseguire gli obiettivi di benessere che una società si prefigge deve corrispondere a una teoria validata empiricamente in misura robusta, altrimenti, soprattutto se è emotivamente convincente, induce nel destinatario un comportamento contrario al suo stesso vero interesse.

Insomma siamo tutti estremamente vulnerabili, esposti a ogni sorta di errore o di manipolazione, anche quando riteniamo di essere evoluti abbastanza da non correre questo rischio.

La necessità di una buona divulgazione

Che cosa si può fare per arrestare questa deriva? Per difendersi da chi ci vuole manipolare o da chi semplicemente propala ingenuità o falsità per pura ignoranza, rischiando di contagiarsi?

A tre tipi di soggetti possiamo fare appello per contrastare le informazioni distorte o false: i cittadini comuni, cioè i fruitori delle informazioni; i *media*, che le diffondono; gli artefici seri di informazioni, studiosi singoli, centri di ricerca, organismi statistici.

Cominciamo dalla prima categoria: i cittadini/consumatori d'informazioni. Essi devono alzare la guardia, non c'è dubbio su questo. Devono diventare più avvertiti della necessità di valutare bene la qualità dell'informazione economica che li raggiunge, innanzitutto soppesando la reputazione delle diverse fonti e imparando a diffidare di quelle sconosciute o di cattiva reputazione. Si tratta tuttavia di un'impresa difficile e lunga, affidata alla buona volontà di ciascuno di noi, quindi non surrogabile da nessun potere pubblico.

I *media* dovrebbero essere i primi a eseguire questa selezione delle fonti sulla base della qualità. Pochi ormai lo fanno. L'universo dei media è molto cambiato con il diffondersi di Internet. La stampa quotidiana e periodica, su cui in passato poteva farsi più affidamento, ha perso enormemente terreno, senza che i formati digitali con cui ha tentato di rivestirsi consentissero un recupero. L'insieme dei mezzi di comunicazione che passano dalla Rete, in particolare i *social networks*, l'hanno di gran lunga sopravanzata, anche se per il momento non insidiano il primato delle televisioni. L'Autorità per la garanzia nelle comunicazioni lo ha confermato di recente¹⁰, misurando le quattro grandi categorie di mezzi (televisione, internet, quotidiani, radio) secondo la quota di popolazione che dichiara di usare quel mezzo come principale strumento d'informazione: televisione e radio raccolgono insieme il 56,6 per cento delle dichiarazioni d'uso principale, internet il 26,3, i quotidiani il 17,1¹¹.

Televisione e radio, proprio per la preferenza loro accordata dalla popolazione quali canali d'informazione, soprattutto politica, sono da molti anni particolarmente esposti all'influenza di partiti e movimenti politici, che ne riducono la capacità di filtrare le notizie sulla base di criteri di pura attendibilità scientifica. Questo problema affligge peraltro la stessa stampa,

¹⁰ AGCOM, *Rapporto sul consumo d'informazione*, febbraio 2018.

¹¹ In realtà si tratta, come sempre in questi casi, di un sondaggio campionario. L'AGCOM si affida a una nota società di ricerche di mercato, GFK-Italia, filiazione italiana della grande multinazionale GFK. Questa società utilizza da molti anni, per fare i suoi sondaggi, un vasto campione rappresentativo della popolazione italiana che rimane fisso anno dopo anno, a parte le sostituzioni degli elementi che vengono naturalmente meno: tecnicamente, un *panel*. Essendo un'azienda che vende i suoi servizi per guadagnarci, non svela volentieri le caratteristiche tecniche del *panel* e il suo complessivo *modus operandi*. L'AGCOM dà qualche dettaglio tecnico in un Allegato al Rapporto, ma chiaramente insufficiente a farsi un'idea precisa della attendibilità dei risultati. Bisogna che il lettore si fidi basandosi sulla sola reputazione di GFK, che in effetti è buona. Quindi fidiamoci anche noi. Ma questo è un esempio della difficoltà che si incontra nel valutare la bontà delle informazioni da cui siamo circondati.

che spesso predilige notizie utili a promuovere la linea politica ed editoriale del giornale piuttosto che l'obiettività (sempre relativa, come ben sappiamo, ma che andrebbe comunque ricercata). Internet nasce anarchica: come si è detto prima è una piattaforma che consente a ciascuno di far passare qualunque messaggio, senza intermediazioni o filtri. Si sta trasformando in un colossale strumento di manipolazione da parte di intermediari occulti, proprio in nome della lotta democratica alle manipolazioni degli intermediari tradizionali dell'informazione stampata o teleradiodiffusa.

Insomma non si può fare gran conto della capacità e volontà dei mezzi di comunicazione di farsi parti attive della selezione fra notizie buone e cattive avendo come unica stella polare la verità.

Veniamo a chi cerca di mettere insieme teorie e fatti nel modo migliore possibile, nel solo interesse dell'avanzamento della conoscenza: gli autori con pretesa di serietà. Sono loro i buoni della nostra storia? Non proprio. Non se si rifugiano nella torre d'avorio del loro sapere e non si curano di guadagnarsi la comprensione e la fiducia dell'opinione pubblica divulgando le loro ricerche e quelle della comunità scientifica a cui appartengono.

Qui va dissipato un equivoco di fondo serpeggiante soprattutto nei paesi, come l'Italia, in cui la cultura ufficiale è di stampo umanistico: che divulgare voglia dire rendere volgare, in senso spregiativo; quindi che sia, oltre che una perdita di tempo, uno sporcare la purezza del pensiero colto. In realtà divulgare è il punto più alto dell'attività di un ricercatore, se questi lo fa senza perdere nulla della forza dell'argomento e della precisione dell'analisi: divulgare in questo senso vuol dire, come si accennava all'inizio, tradurre ma anche sfrondare, andare all'essenziale. È un esercizio faticoso e complesso. Richiede visione ampia.

Nel mondo angloamericano – che non a caso ha conquistato nell'ultimo secolo il primato assoluto della conoscenza in tutti campi dello scibile – la divulgazione possono farla sia grandi giornalisti specializzati sia studiosi, anche illustri, nella seconda parte della loro vita. Questi ultimi nei loro anni giovanili hanno fatto avanzare la conoscenza con le tecniche e i linguaggi tipici del loro campo, senza preoccuparsi di essere capiti se non dai loro *peers*. Poi, nella maturità, mettono quello che hanno imparato e scoperto al servizio della collettività generale.

Oggi questa capacità, che è stata sempre molto importante, è divenuta imprescindibile per frenare la deriva verso superficialità, approssimazione, falsità, manipolazione che rischia di travolgerci. Chi sta in trincea e porta faticosamente avanti la frontiera della conoscenza nel suo campicello non può più voltare la testa e dire: non è affar mio, non può essere affar mio farmi capire dal vicino di casa che fa l'avvocato o l'idraulico. Così si diventa complici di chi fa della superficialità o della manipolazione il proprio credo. Di chi trasforma la politica economica o quella estera in marketing politico istantaneo.

Insomma, ciò che nei tempi passati era solo raccomandabile – cioè che gli economisti facciano più e miglior divulgazione delle teorie e dei dati economici buoni, validati – diviene imperativo e urgente in tempi, come gli attuali, di onnipresente cattiva o imprecisa informazione economica, usata a fini politici. Ne va non solo del buon nome della professione economica, ma del corretto funzionamento delle nostre società democratiche.

