

# AMBIENTE PERCEZIONE E FAKE NEWS: *Il tema aperto delle emissioni odorigene*

MARIO BARRESI

Il «Gish Gallop»: la difficoltà dell'industria nel fare cambiare una «percezione radicata»

27 Maggio 2025



UNIVERSITÀ  
degli STUDI  
di CATANIA



Università di Catania  
Aula Magna Polo Tecnologico



# CHI SONO IO?

Mario Barresi, caporedattore "La Sicilia"



## Segni particolari:

- cestino i comunicati stampa dalla casella mail
- diserto regolarmente le conferenze stampa
- non parlo con i comunicatori aziendali
- snobbo le fonti "istituzionali" perché le ritengo poco utili
- cerco sempre la radice delle notizie vere
- sono disposto (quasi) a tutto per trovarle



## CHI SONO IO?

Mario Barresi, caporedattore "La Sicilia"



Provo a spiegarvi (non so se ci riuscirò, ma sicuramente per colpa mia) come realizzare una "mission impossible":

- difendersi da quelli come me

# A proposito: cos'è il Gish Gallop?



Si tratta di una tecnica di argomentazione in cui si presentano un gran numero di affermazioni in breve tempo, spesso senza approfondire o verificare ogni singola affermazione.

È stato chiamato così in onore di Duane Gish, un biologo noto per questa strategia durante i dibattiti.



# Come funziona il Gish Gallop?



L'obiettivo è sopraffare l'interlocutore con molteplici punti, rendendo difficile rispondere a tutti in modo dettagliato.

Spesso si usano affermazioni parziali, distorte o non verificabili, puntando più sulla quantità che sulla qualità delle argomentazioni.



## Perché è dannoso e come riconoscerlo?

Il Gish Gallop può creare confusione e ingannare l'ascoltatore, dando l'illusione di una discussione solida.

Invece distorce la realtà e ostacola il dialogo onesto, rendendo difficile distinguere i fatti dai falsi.

Per contrastare il Gish Gallop, è importante concentrarsi sulla qualità delle argomentazioni, verificare ogni affermazione e chiedere chiarimenti.

In una discussione, è meglio preferire un approccio riflessivo e basato sui fatti, piuttosto che sulla quantità di affermazioni presentate.



## L'UNICO ANTIDOTO AL GISH GALLOP

Giocare d'anticipo: la comunicazione proattiva

In caso di situazioni problematiche, è molto importante predisporre una comunicazione tempestiva, aperta e trasparente nei confronti del pubblico – e quindi anche dei media – per mantenere il controllo su chi dice cosa.



La strategia migliore è di evidenziare i punti di forza, e ammettere quelli di debolezza, spiegando come verranno corretti e superati in futuro.



## CONSIGLI PER GESTIRE LE RELAZIONI CON I MEDIA



### CAOS CALMO



Il panorama dei media è quello descritto da Nanni Moretti in “Aprile”



<https://www.facebook.com/watch/?v=756630491382642>



## E ORA LA PRATICA...

### Il decalogo: cosa (non) fare con un giornalista

#### Premessa

La maggior parte delle organizzazioni vuole controllare i media o almeno vuole controllare ciò che viene scritto o trasmesso sulla propria attività. Un numero sorprendente di manager non capisce come sia possibile che il "Quarto Potere", cioè i giornalisti, possa scrivere quello che vuole e con pochissimi vincoli. "Sporgerò querela" è una delle frasi tipiche di chi non si sente soddisfatto delle parole usate in un articolo o in un titolo e certamente ci sono regole sulla diffamazione e calunnia. Un'arma da usare con cura, visto che - oltre a questa - in Italia (ma anche in Europa e negli Stati Uniti) ci sono pochissime altre restrizioni. Per questo le querele di solito finiscono in nulla e in generale sono una pessima idea.

#### Nota metodologica

Questa "libertà di stampa" è fonte di grande angoscia e preoccupazione per molte persone che hanno a che fare con i media, anche quelle che non hanno assolutamente nulla da nascondere. Il risultato è che spesso in modo diretto o attraverso il proprio ufficio stampa, queste persone pretendono di avere il totale controllo di ciò che verrà pubblicato, commettendo alcuni errori tipici che producono danni all'immagine e alle relazioni con le redazioni giornalistiche non solo nell'immediato, ma anche (e questo è peggio) sul lungo periodo.

# Errori da evitare:

## Chiedere l'elenco delle domande prima dell'intervista

A prima vista, questo sembra del tutto ragionevole, ma i giornalisti lo odiano, soprattutto perché dà l'impressione che siano eccessivamente controllati. La maggior parte non fornirà una lista di domande, altri magari daranno un elenco di domande e poi lo ignoreranno nell'intervista vera e propria. L'effetto è controproducente per l'intervistato perché prepararsi per una serie di domande e poi trovarsiene di completamente diverse è stressante.



01

*Soluzione pratica: Molto meglio fare una domanda più ampia come "cosa ti interessa?", "qual è la storia?" o "qual è il taglio che vuoi dare al pezzo?".*

## Dire al giornalista che conosci l'editore e puoi influenzarlo

Essere indipendenti è una questione d'onore per la maggior parte dei giornalisti. Rivendicare un'influenza speciale rischia di infastidire tutti nel processo editoriale e il giornalista potrebbe essere tentato di "dimostrare" la propria indipendenza scrivendo qualcosa che preferiresti non vedere pubblicato.



*Soluzione pratica: se proprio non si resiste alla tentazione di mostrare la propria "vicinanza" all'editore, si può più semplicemente far cadere il discorso: "Ma lo sai che l'ho incontrato a un aperitivo? L'ho trovato in gran forma..."*

## Chiedere di leggere l'intervista prima che venga pubblicata

Quando si ha a che fare con la stampa specializzata, questo può accadere, ma sui quotidiani nazionali e sulle tv è molto raro. Chiedere di leggere l'intervista ti mette in una cattiva luce e chiedere di controllare le dichiarazioni riportate non è un'idea migliore. Anche se un giornalista acconsente a condividere il testo o le citazioni prima della pubblicazione, è improbabile che ti permetta di modificare qualcosa, a parte qualche dettaglio tecnico al limite.

*Soluzione pratica: proporre di "condividere" il contenuto, "magari per correggere qualcosa in cui non sono stato chiaro" (sì, perché il giornalista non ammetterà mai di essere lui a non aver capito...)*

## Dire al giornalista cosa non deve o non può chiedere

Ancora una volta, i giornalisti non obbediscono alle regole. Se dici loro che non possono chiedere qualcosa, è molto probabile che lo chiedano. Li stai potenzialmente avvisando di un'area sensibile. Inoltre, far sembrare che tu o il tuo portavoce non siate in grado di gestire una domanda fa sembrare voi o loro deboli.



*Soluzione pratica: di fronte a una domanda insidiosa, rispondere con una "supercazzola", da reiterare in caso il giornalista insistesse sul tema*

## Far intervenire il Pr (ingombrante) durante il colloquio

Chi si occupa di pubbliche relazioni dovrebbe intervenire solo se è assolutamente necessario farlo. Questo perché farlo fa sembrare l'intervistato debole e l'organizzazione prepotente. I professionisti delle media relations conoscono bene questa regola e difficilmente mettono se stessi e il proprio cliente in una situazione difficile e tu fai bene a non aspettarti che lo facciano.

*Soluzione pratica: verificare il rapporto personale fra giornalista in questione e il Pr, che può intervenire – ante o ex post – se ci sono le condizioni per farlo*

## Attaccare il giornalista

Vade retro, critiche! Bisogna rendersi conto che i giornalisti sono autorizzati a chiedere qualsiasi cosa e tu come intervistato puoi scegliere come rispondere. Spesso i giornalisti non condividono a livello personale il punto di vista che stanno ponendo in una domanda, ma il loro compito è anche rappresentare un altro lato della storia che devono raccontare. I giornalisti sono formati proprio per questo: per bilanciare i punti di vista di storie e interviste e a fare domande che possono sembrare difficili o "cattive" ma in realtà hanno proprio questo obiettivo.



## Mettere in discussione la fonte delle informazioni del giornalista

Questa è una forma più sottile di attacco al giornalista ed è sempre controproducente. Ci sono molti modi per rispondere a una domanda che ti mette in difficoltà e riuscire a trasmettere correttamente il tuo messaggio. Metterti a discutere con il giornalista mettendo in dubbio la correttezza del suo lavoro di ricerca non è tra questi.

*Soluzione pratica: accettare il fatto che il giornalista stia solo facendo il proprio lavoro.*

*Soluzione pratica: non usare questo argomento*

## Essere ambigui col trucco del "questo è off the record"

Ci sono alcune occasioni in cui il cosiddetto "off the record" ha un senso nelle pubbliche relazioni. Se vuoi che qualsiasi accordo in questo senso venga rispettato, devi chiarirlo bene prima dell'intervista e assolutamente non durante, soprattutto se hai appena detto qualcosa che non avresti dovuto dire.



*Soluzione pratica: in generale, l'off the record è uno strumento che può essere utilizzato da un PR professionista, da consultare prima dell'uso.*

## Lasciare tracce scritte di passaggi delicati

Le interviste face-to-face, di solito, vengono registrate, anche se qualcuno continua a usare il buon vecchio taccuino. Lo stesso, tendenzialmente, vale per i colloqui telefonici (con i software di registrazione è lo stesso): quindi meglio evitare, dopo il confronto, di utilizzare altri strumenti (sms, whatsapp etc.) per fornire ulteriori informazioni "sensibili".

*Soluzione pratica: semplicemente non scrivere cose delicate, in nessun formato o canale*

## Sreditare gli altri per "captatio benevolentiae"

Talvolta si può instaurare, anche in modo epidermico, un rapporto confidenziale con l'interlocutore giornalista. Ebbene, bisogna non cadere nella tentazione di assecondarlo – magari se ci si rende conto delle sue opinioni – su colleghi, superiori e anche players di altre organizzazioni. Il giornalista parla con tutti, tutti parlano con lui. E così, come si dice nei polizieschi americani dopo che ti ammanettano, "ogni cosa che dirà potrà essere usata contro di lei.



10

*Soluzione pratica: mordersi la lingua e tacere*



## BUIO IN SALA



L'immagine del giornalista, soprattutto in passato, è stata molto condizionata dal cinema.

Quarto potere di Orson Welles (1941)

Malgrado oggi non lo guardi quasi più nessuno – sbagliando – è da sempre uno dei film storicamente ai primi posti nelle liste di film più importanti della storia del cinema. Orson Welles, uno degli uomini ad averne mai capito di più – di cinema – lo girò a soli 25 anni. Non è un film dedicato principalmente al giornalismo (il protagonista è un grande capitalista dell'editoria), ma ne racconta e mostra precocemente molti presupposti. Vinse un Oscar su nove nomination.

<https://youtu.be/yS1xQCWciOg>



## BUIO IN SALA

Prima pagina di Billy Wilder (1974)

Il migliore degli adattamenti della commedia The front page del 1931, formidabile storia americana sul cinismo dei giornalisti (straordinario La signora del venerdì di Howard Hawks del 1940) che funzionerà ancora in successive riedizioni. Qui il valore aggiunto è una straordinaria coppia, Jack Lemmon e Walter Matthau.



<https://youtu.be/6qn3hLlImq8>



## BUIO IN SALA

Quinto potere di Sidney Lumet (1975)



La citazione di Orson Welles nel titolo è un'idea italiana, in inglese si chiama Network, e parla degli usi spregiudicati dell'informazione televisiva e degli impazzimenti da share in tempi in cui questo dibattito era ancora giovane e tutti più ingenui. È rimasta famosissima la scena in cui Peter Finch ordina ai telespettatori di andare alla finestra e urlare “Sono incazzato nero e tutto questo non lo accetterò più!”, precoce visione di telepredicatori, demagoghi e guru a venire.

<https://youtu.be/XYYgiblFtes>



## BUIO IN SALA



MA NON SONO TUTTI EROI...

Come ci ricorda il celebre monologo di Gian Maria Volontè in Sbatti il mostro in prima pagina di Marco Bellocchio

<https://www.youtube.com/watch?v=iNMrJI50CWI>



## BUIO IN SALA



E come si impara dall'altrettanto celebre "lezione di giornalismo" di Sasà in Fortapàsc di Marco Risi

[https://youtu.be/X8\\_EMwrl-Eo?si=6tuYVFtafSXynjoK](https://youtu.be/X8_EMwrl-Eo?si=6tuYVFtafSXynjoK)



## BUIO IN SALA



Le buone prassi del media training



In definitiva, il modo per avere un maggior controllo delle interviste rilasciate ai media consiste in questi tre punti chiave:

- 
- 1) arrivare preparato con ben chiari in mente i messaggi che vuoi trasmettere e il target a cui vuoi parlare
  - 2) fornire informazioni di alta qualità in un linguaggio non tecnico e non gergale
  - 3) prepararsi per rispondere a domande difficili che potrebbero rivolgerti (ma quasi niente è imprevedibile)
  - 4) esercitare l'autocontrollo per evitare di dire cose o fornire informazioni che rischino di finire per determinare titoli imbarazzanti, imparare a gestire l'ansia da prestazione

E SOPRATTUTTO



## BUIO IN SALA



Anche perché, in fondo, il “guizzo” che la maggior parte dei giornalisti hanno è lo stesso di Livio Perozzi (citazione del personaggio di Amici miei) impersonato da uno stralunato Giorgio Panariello in “Al momento giusto”

<https://youtu.be/oR-GGSxwu3s?si=kXUf7i2yY3p0bAOB>



IL SUPPLIZIO (MEDIATICO) FINISCE QUI

CI SONO ANCHE DELLE LETTURE UTILI...

