

Limiti dell'informazione

- Asimmetria dell'informazione
- Reticenza
- Parzialità più o meno forzata
- Conflitti di interesse
- Complessità e processi non lineari
- Feedback modelli-realtà e realtà-modelli

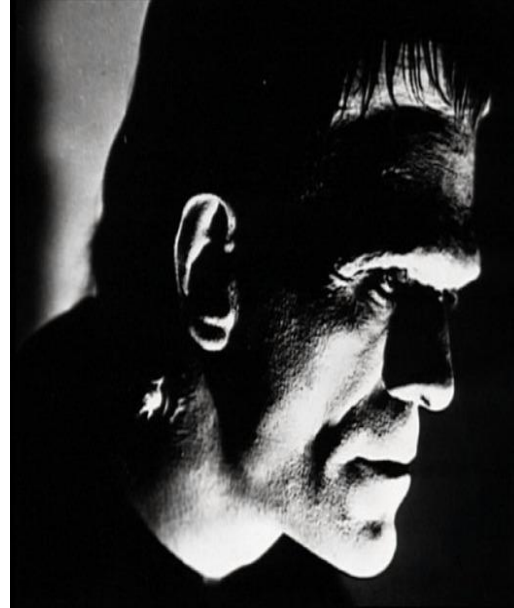
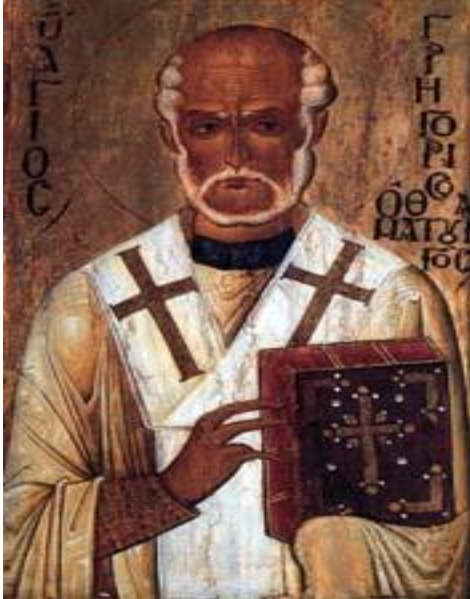
- “personalità” del comunicatore-informatore

Scienza e tecnica: pervasive



L'icona dello scienziato

- Taumaturgo?
- Apprendista stregone?
- Schiavo di interessi economici?



Gli scienziati non sono più quelli di una volta?



L'immagine della scienza

- Dalle sorti magnifiche e progressive alla diffidenza strisciante



Scienziati e politici in Italia

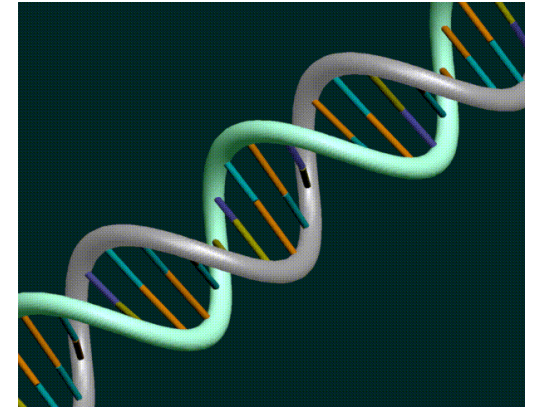
- Dialogo quasi impossibile per motivi culturali



- Un esempio: razza, razzismo / società multi-etnica

Scienza come pensiero forte

- DNA, l'unità del vivente
- Evoluzione biologica
- Relatività speciale e generale
- Meccanica dei quanti
- Modello standard per forze e particelle
- Modello cosmologico del Big Bang
- Nucleosintesi e Tavola di Mendeleev
- Tettonica a placche



Tecnica come pensiero forte

- Applicazioni tecnologiche: esperimenti quotidiani verificati da ogni utente
- Tecnologia come prolungamento della natura umana
- Tecnologia per liberare intelligenza, corpo e spirito (incluso l'irrazionale)



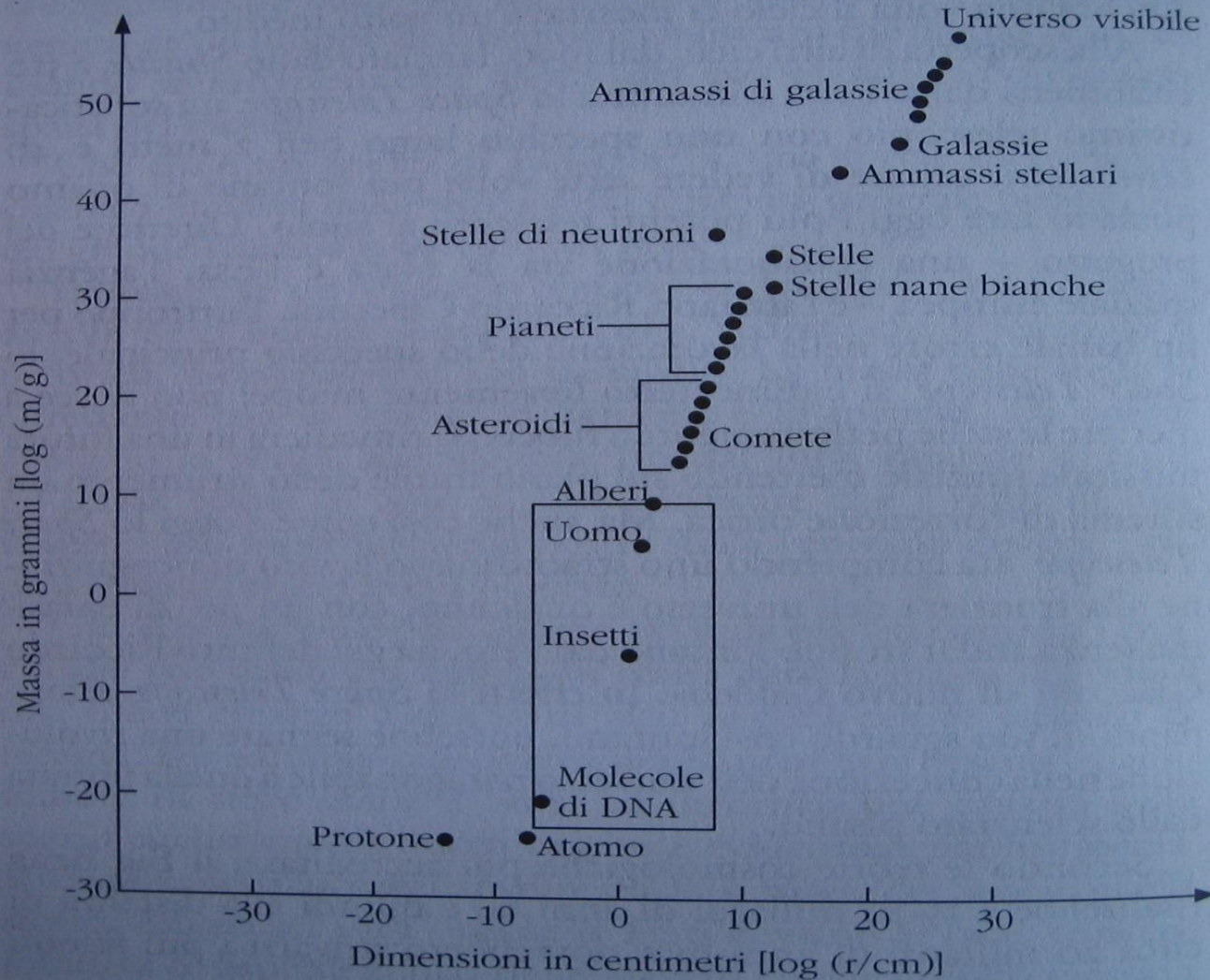
Il metodo scientifico



**Un modello di
condivisione
insieme debole e forte**

**Una Carta costituzionale
della Ragione
dotata di anticorpi
contro le diverse forme
di fondamentalismo,
incluso quello scienista**

Ordini di grandezza



**Dal protone
all'universo**

120 ordini di grandezza?



Una verità, molte definizioni

- Verità assoluta (metafisici)
- Verità come verificabilità (pragmatisti)
- Verità come falsificabilità (Popper)
- Verità come assenza di menzogne e di errori, come programma più che come una realtà da svelare (Boncinelli)
- Verità come interpretazione (Pareyson)

Verità giornalistica, limite teorico

- Relativismo: esistono le notizie, non la verità
- Notizia e verità: una sovrapposizione sempre imperfetta ma innegabile
- L'articolo come equilibrio (talvolta come compromesso) di dati di realtà, personalità del giornalista, linea del giornale, contesto di lavoro, argomento trattato

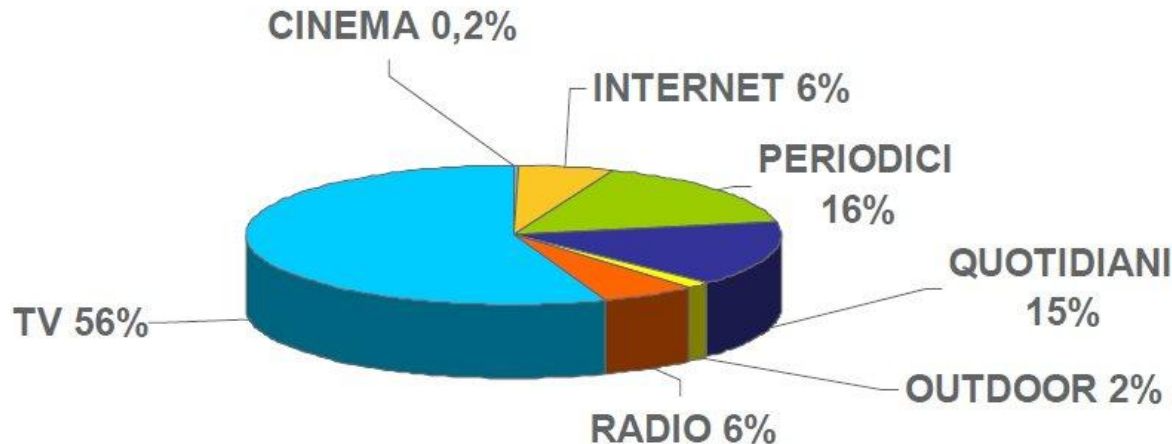
Attività e obiettivi diversi

- Comunicazione (agenzie)
- Informazione (giornali)
- Conoscenza (divulgazione)



Dove va la pubblicità sui media

L'importanza dei mezzi



Le loro principali dinamiche evolutive:

- La Tv è il mezzo cresciuto maggiormente negli ultimi anni; tale sviluppo è trainato dall'area Asia Pacifica e dalla sostanziale tenuta in Nord America.
- Anche per la Radio crescita trainata dal mercato asiatico.
- Quotidiani e Periodici in contrazione in ogni Regione.

Fonte: AdView Pulse 2008 su Paesi USA, Malaysia, New Zealand, Belgium, Germany, Italy, Netherlands, Spain, Switzerland, South Africa

I padroni delle notizie

- **Publitalia (Mediaset) con le sue società controllate, raccoglie quasi 3 miliardi di euro di introiti pubblicitari da più di 1.100 clienti su un totale di circa 5 miliardi di euro del mercato pubblicitario televisivo**
- **La quota di mercato è pari al 60% per il settore televisivo e al 36% del totale mercato pubblicitario su tutti i media nazionali;** in pratica più della raccolta proveniente da tutta la carta stampata italiana

Costituzione italiana, art. 21

- Tutti hanno diritto di manifestare liberamente il proprio pensiero con la parola, lo scritto e ogni altro mezzo di diffusione.
- La stampa non può essere soggetta ad autorizzazioni o censure.

Costituzione italiana, art. 33

- “L’arte e la scienza sono libere e libero ne è l’insegnamento”



Carte deontologiche

- Carta dei doveri, 1993
- Carte sulla tutela della privacy



Informazione e sanità

- Carta di Perugia, 1995
- Carta di Torino, 2001 e aggiornamento
- Problemi fine-vita, fecondazione assistita (omologa, eterologa, “utero in affitto” etc.), testamento biologico
- Cellule staminali / clonazione
- Molecole e farmaci commerciali
- Sondaggi

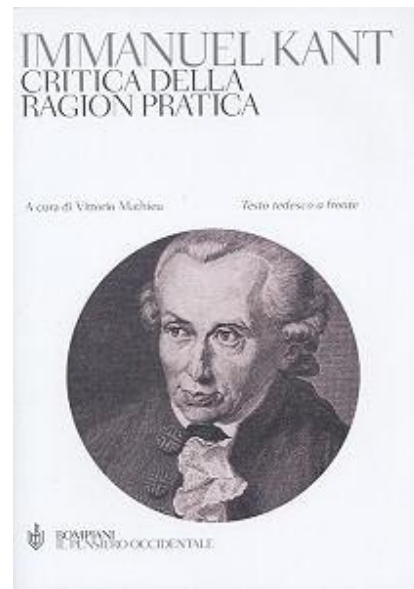
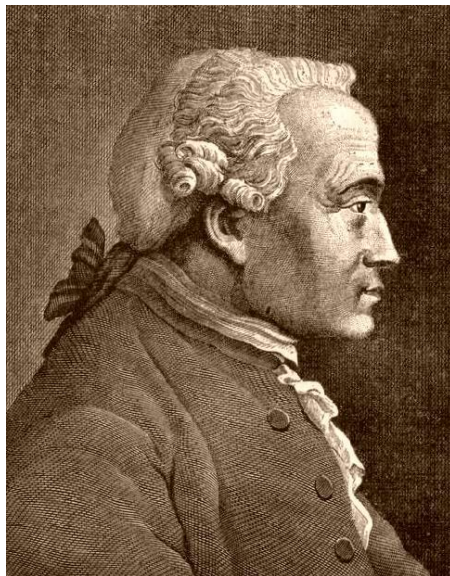
Informazione e pubblicità

- Carta Informazione e Pubblicità
- Carta dei doveri del giornalista degli Uffici Stampa



È il fine a dettare l'etica

- Considera il lettore sempre come un fine, mai come un mezzo
- L'imperativo non è scrivere la verità ma ciò che in buona fede noi riteniamo che lo sia



INFORMAZIONE MEDICA

- Marco Bobbio: “Giuro di esercitare la medicina in libertà e indipendenza”, Einaudi, 2004
- Il 58% dei lettori è disposto a cambiare cura sulla base della lettura di un articolo
- Conflitti di interesse dei medici
- Conflitti di interesse dei giornalisti
- Associazione “Non grazie, pago io”

Impact factor o X factor?

- 28.100 riviste scientifiche
- 1,85 milioni di articoli scientifici pubblicati nel 2012
- Proliferare delle riviste online



Test di “Science” (AAAS)

- Autore: John Bohannon
- Finto studio scientifico sottoposto a 304 pubblicazioni
- Concetto: “Una molecola x estratta da una specie di lichene Y inibisce la crescita delle cellule tumorali z”

Finto studio inviato a 304 testate online open access

- 157 l'hanno accettato
- 98 l'hanno rifiutato
- Sulle 49 rimanenti 29 non hanno risposto e 20 non hanno finito il processo di revisione in tempo utile per il test
- Editori prestigiosi hanno chiesto denaro per la pubblicazione
- L'editore Sage ha chiesto ben 3100 dollari
- Un terzo dei siti ha sede in India ma figura come se fosse di altri paesi (Usa, Europa)

L'Indice di Hirsch – h-index (2005)

- Numero che combina produttività e impact factor di un ricercatore
- www.topitalianscientists.org
- 55 italiani hanno h-index superiore a 100
- di questi solo 26 lavorano in Italia
- Fisica, immunologia e neuroscienze sono le discipline ai posti più alti