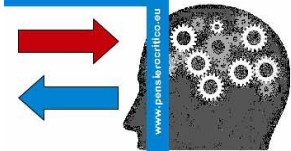


## **La credibilità che attribuiamo a una persona ci rende responsabili dell'interpretazione delle informazioni che abbiamo di essa**

Quando ci troviamo di fronte a una persona elaboriamo sempre un giudizio sulla sua credibilità, e spesso siamo indotti a pensare che essa sia una proprietà intrinseca di quella persona. Secondo il sociologo Guido Gili la riflessione psicologica e sociologica contemporanea ha modificato questa prospettiva, proponendo che la credibilità sia qualcosa che viene riconosciuto dagli altri, anche se essa non può prescindere da qualità effettivamente possedute da quella persona. Ecco la definizione data da Gili: *"La credibilità è sempre una relazione tra emittente e ricevente/pubblico, per cui una credibilità universale ed un discredito universale sono i poli estremi di un continuum sul quale si collocano concretamente tante forme e modi diversi di credibilità. Spesso chi è credibile presso un interlocutore o un pubblico non lo è nello stesso modo e per le stesse ragioni presso un altro, come mostra, in modo estremo ed evidentissimo, il caso di molti leader carismatici. Per i loro seguaci rappresentano delle personalità eccezionali, dotate di qualità quasi sovrumane e di una credibilità illimitata; per gli altri possono apparire come degli esaltati, dei pazzi o dei criminali."* La credibilità che attribuiamo a una persona non è "oggettiva" ma "soggettiva": dipende da come la nostra mente è fatta in termini di ricordi, emozioni, esperienze, capacità logiche, ecc. Il problema della credibilità di una persona non si pone nei rapporti di familiarità perchè le lunghe frequentazioni permettono di maturarla e sperimentarla nel tempo (anche la familiarità, comunque, non è esente da rischi perchè espone alla manipolazione). Il problema della credibilità di una persona si pone soprattutto nelle relazioni caratterizzate da livelli crescenti di estraneità e talvolta richiede,



affinchè una relazione possa iniziare, una anticipazione di credibilità. Nel valutare le condizioni per accordare tale anticipazione entra in gioco il concetto di fiducia. Secondo Guido Gili le radici della credibilità, che i riceventi cercano nelle persone, sono tre: (1) radice cognitiva: è la competenza o qualifica riconosciuta di esperto, (2) radice etico-normativa: è la condivisione di valori percepiti (pregiudizi inclusi), (3) radice affettiva: è la condivisione emotiva di appartenenza (a un gruppo, un'associazione, un partito, ecc).

Se nel corso della nostra vita abbiamo vissuto in ambienti con buone relazioni interpersonali, tendiamo ad accordare alla "gente" una fiducia generalizzata. La mancanza di fiducia o l'eccesso di fiducia rientrano tra le patologie della credibilità, e si collocano ai due estremi dell'asse della fiducia. In tali patologie le persone possono avere un atteggiamento di sospetto generalizzato o, all'opposto, un atteggiamento di credulità senza limiti, e questo dipende dagli ambienti di cui hanno fatto esperienza. Le tematiche riguardanti la concessione della propria credibilità si sono fatte pressanti con la digitalizzazione dell'informazione e l'uso dei social media, infatti oggi ognuno può pubblicare qualcosa senza controlli. Questa nuova situazione attribuisce alla credibilità un valore che prima non aveva, dato che ogni persona diventa "responsabile" della credibilità delle informazioni che riceve.