



IL LEMBO DEL MANTELLO

di Carlo Maria Martini

DIALOGHI COL TELEVISORE

DIALOGO DI UN FEDELE CON IL SUO TELEVISORE

4) Informatori o deformati?

TV. *Ma io, malgrado tutto, sono un mezzo di informazione e sono così importante che tutti cercano di avermi dalla loro parte. In questo, non faccio che moltiplicare il servizio reso, ormai da qualche secolo, dalla stampa periodica e quotidiana.*

Sì, lo riconosco: tu sei importante. E infatti le forze politiche e i grandi gruppi economici cercano di averti al proprio servizio. Deve fare i conti con te sia chi vuole mantenere il potere sia chi vuole rovesciare il potere altrui. I difensori dell'ordine costituito, come i promotori del cambiamento, cercano i tuoi servizi.

Riconosco la tua funzione di informazione, intendendo con questo termine i dati, le notizie, le informazioni che ci trasmetti. Tale ruolo informativo e formativo è stato particolarmente accentuato nei tuoi primi anni di vita. Le persone di una certa età ricorderanno bene una trasmissione che si intitolava "Non è mai troppo tardi", per il recupero degli analfabeti. C'era anche la cosiddetta TV dei ragazzi con programmi appositamente confezionati per loro. Questa funzione "scolastica" della radio, della TV e dei giornali non va affatto sottovalutata. Si può dire che l'unificazione linguistica del nostro Paese è avvenuta solo con la televisione, a cent'anni di distanza dall'unità politica.

E' vero che Pasolini accusò la televisione d'aver cancellato i dialetti e quindi le differenze umane, culturali del nostro Paese per produrre una "omogeneizzazione" piatta e banale. Anche in questo però è difficile attribuirti solo colpe, dimenticando il tuo ruolo informativo.

Ma il termine "informare" vuol dire, alla lettera, dare forma, plasmare una data realtà. E' la nostra coscienza che i *media* "informano", cioè modificano, segnano, plasmano. Avviene, per la nostra coscienza esposta ai *media*, come nei giochi dei bambini sulla spiaggia. La sabbia umida, pigiata nella formina, nello stampo, assume la forma dello stampo, è in formata. In questo senso i *media* "in-formano" soprattutto perché danno una certa forma alla realtà, reinterpretandola secondo ben precisi ed interessati criteri. L'informazione televisiva non sfugge ai limiti propri dell'informazione a mezzo stampa. Sappiamo che la scelta delle notizie da dare e il modo di dare tali notizie corrispondono all'interesse proprio della testata.

Ogni giorno la redazione di un quotidiano si trova di fronte a un'enorme quantità di dati, di eventi. Quali scegliere, quali evidenziare quali "censurare" o mettere ai margini? Questa

scelta è già gravida di significato, comporta una presa di posizione su ciò che è ritenuto importante. La scelta poi è guidata dalla cosiddetta “notiziabilità” o “vendibilità” (ciò per cui un avvenimento può diventare una notizia capace di attirare l’attenzione del pubblico e di far vendere il giornale). Tale criterio tende a produrre una selezione negativa delle informazioni e delle notizie. La preferenza va alla notizia *shocking*, disturbante, generalmente di segno negativo. “La nera vende più della bianca” è la regola di ogni redattore di cronaca ma vale per tutti i *media*. Se il filtro prevalente di tutte le notizie sulla società è negativo – sia che si parli di politica che di economia che di insicurezza sociale, ecc. – non dobbiamo stupirci dell’aumento di sfiducia generalizzata dei cittadini nei confronti della società e delle istituzioni. Non è infondato supporre un legame tra la caduta progressiva di fiducia in tutte le istituzioni pubbliche e private, osservato a partire dagli anni '60 in numerosi Paesi compreso il nostro, e questo stile della comunicazione mediale.

Inoltre, sempre più spesso la redazione di un giornale e i suoi giornalisti lavorano su materiali già elaborati dalle Agenzie e forniti da grandi reti di banche dati. Attraverso le cinque più grandi Agenzie di stampa passa almeno 80% delle notizie diffuse nel mondo. Tali Agenzie impongono, di fatto, un loro almeno implicito giudizio di valore e un loro modello culturale. Il pericolo è reale: l’allontanamento dalle fonti, e quindi dal mestiere proprio del giornalista, aumenterà il distacco tra chi scrive e la realtà. Il giornalista diventerà sempre più una sorta di tecnico specializzato: da giornalista-informatore a giornalista adibito al trattamento dell’informazione, giornalista-tipografo.

Per quanto riguarda le banche dati, la più ricca ed efficiente è quella del *New York Times*. Superfluo sottolineare che essa memorizza solo materiale apparso in lingua inglese. Il che significa che se nessun quotidiano o periodico in lingua inglese parla di un determinato avvenimento, per chi attinge a quella banca-dati è come se non fosse mai accaduto. E’ un esempio di ciò che si chiama “colonizzazione culturale”, che si realizza anche attraverso le produzioni televisive – pensiamo soprattutto ai racconti a puntate come *Dallas*, *Dynasty*, *Beautiful*, ecc. -, venduti o ceduti gratuitamente ai Paesi più poveri.

In molte scuole è stata introdotta la lettura del giornale come forma di educazione dei ragazzi a capire le logiche con le quali si costruisce l’informazione. Don Lorenzo Milani e la sua scuola di Barbiana ci hanno insegnato a fare questa lettura, così da lacerare quel muro di carta stampata che invece di avvicinarci ci tiene lontani dalla realtà. E’ un’educazione che bisognerebbe fare anche per il mondo delle immagini.

(Libera scelta e trascrizione a cura di Giovanni Corallo)