

PREMIO TESTIMONE DI PACE – SEZIONE SPECIALE SCUOLE
SEMINARIO DI EDUCAZIONE AI MEDIA

Ovada, 20 aprile 2007

Roberto Natale

Offrire alla gente ciò che vuole? – un'agenda per l'informazione nel XXI secolo

Trascrizione di Stefania Fusero, rivista dall'autore

Il titolo dell'incontro ci è stato suggerito da K.R.Popper, in *"Cattiva maestra televisione"*, *Reset/Donzelli*, Milano, 1994

In occasione di una lezione che ho tenuto in Germania non molti anni fa ho incontrato il responsabile di una televisione, che era venuto ad ascoltarmi. Non ne faccio il nome per non personalizzare il caso. Ebbi con lui una discussione durante la quale sostenne alcune orribili tesi, nella verità delle quali egli naturalmente credeva. Diceva per esempio: "dobbiamo offrire alla gente quello che la gente vuole", come se si potesse sapere quello che la gente vuole dalle statistiche sugli ascolti delle trasmissioni. [...] Guardando quei numeri noi non possiamo sapere [...] che cosa la gente sceglierebbe se ricevesse proposte diverse dalle sue.

DIMMI DI PIU'

Poniamoci tre domande partendo dal binomio guerra-pace: l'informazione è poca? è troppa? è fatta male? Possiamo rispondere sì a tutte e tre le domande.

Registriamo grandi spiegamenti di mezzi nella copertura mediatica degli eventi in caso di emergenze – ma non in tutte le emergenze – e ciò fa risaltare drammaticamente la povertà o la mancanza di informazioni sul "prima" e sul "dopo", che rende poi molto arduo comprendere quali siano le cause e quali gli effetti dei conflitti. Un esempio è la recente guerra in Libano, sui cui sviluppi molto poco conosciamo.

L'informazione rischia così di ridursi ad una serie di fiammate nel buio, che rischiarano solo alcune emergenze, ma che non consentono di illuminare la complessità dei fenomeni. La stessa copiosità di notizie che ci arrivano non si traduce nella possibilità di essere adeguatamente informati, in quanto, non essendo debitamente contestualizzate, mancano di senso.

Il fatto innegabile, poi, che non tutte le situazioni di emergenza vengono adeguatamente "coperte" dai media (basti pensare al genocidio in Ruanda o alla guerra civile in Congo) si spiega abbastanza semplicemente con la rilevanza degli interessi economici in gioco nelle rispettive aree di conflitto: i Paesi del Medio Oriente, così, fra i maggiori produttori mondiali di petrolio, da cui dipende l'economia dei Paesi ricchi, sono monitorati con assai maggiore attenzione di gran parte dei Paesi del continente africano. Oppure, laddove le notizie vengono date, esse riguardano comunque eventi in qualche modo collegati con cittadini europei o del Primo Mondo.

La qualità e la completezza della nostra informazione sono inoltre pesantemente viziate da un'attrazione "fatale" nei confronti delle ragioni della guerra, ovvero il tema della pace non "fa audience". Così nei programmi radiofonici o televisivi di approfondimento, così come negli articoli di giornale, capita spesso di ascoltare o leggere gli interventi di esperti di studi strategici molto ferrati nell'arte della guerra, mentre sono quasi totalmente assenti le opinioni degli esperti, che pure esistono, nell'arte della soluzione nonviolenta dei conflitti. Non è difficile vedere, nascosti dietro l'apparente neutralità degli esperti, gli interessi che ruotano intorno alle guerre: si discute del "come" si svolge un conflitto, ma non si mette in discussione "se" quel conflitto dovesse essere innescato.

Un altro vizio tipico del sistema informativo italiano è di ruotare intorno alla politica interna ed ultimamente alla cronaca nera, con il pretesto che i fatti del mondo non appassionano il pubblico allo stesso modo. Ecco allora che, analizzando i dati forniti dall'Osservatorio di Pavia in uno studio commissionato dall'organizzazione Medici Senza Frontiere, si scopre che nel periodo di tempo luglio-agosto 2005 all'emergenza umanitaria in Niger i principali telegiornali italiani dedicarono 19 minuti, di fronte alle sette ore riservate alla cronaca nera ed alle undici ore al gossip.

E' riduttivo e fuorviante monitorare la qualità e l'imparzialità del servizio pubblico, come tendono a fare le Autorità preposte al suo controllo, soltanto in base ai tempi dedicati a uomini e forze politiche italiane. Un importante indicatore di completezza dell'informazione dovrebbe essere piuttosto lo spazio dedicato al resto del pianeta. Che dire ad esempio di un telegiornale che in un anno dedica complessivamente più spazio a Julia Roberts che all'intero continente africano, come risultava da uno studio effettuato agli inizi del 2000 sul TG2?

La rete dei corrispondenti esteri ci dice quali sono le cose che ci stanno davvero a cuore, nel mondo: così, se per la Rai ci sono sei corrispondenti a New York e nessuno in Africa, questo è indicativo non solo dell'importanza che attribuiamo a questo o a quel continente, ma anche del punto di vista a cui ci sentiamo più vicini. Solo dopo un'intensa e lunga campagna di pressione sulla RAI, questa ha aperto una sua sede a Nairobi, in Africa; fino ad allora la fonte più preziosa e quasi esclusiva per Asia e Africa è stata l'agenzia missionaria Misna.

CHE COSA VUOLE LA GENTE?

La tendenza a privilegiare la cronaca nera all'interno dei telegiornali si afferma a partire dagli anni Novanta, quando Enrico Mentana decide di caratterizzare in quel senso il neotelegiornale del TG5. Il successo dell'iniziativa induce anche la RAI ad ampliare la cronaca nera, che è arrivata ad occupare uno spazio abnorme nei pomeriggi e nelle serate del servizio pubblico (vedi *Porta a Porta*, *La Vita in Diretta*, ecc.). La tendenza a spettacolarizzare le notizie, l'attenzione riservata a temi irrilevanti e al gossip, che hanno contagiato anche la carta stampata, caratterizzano ormai gran parte dell'informazione, anche all'interno del servizio pubblico. Così una recente puntata di *Porta a Porta* (un'ora e mezza) è stata dedicata al tema delle gambe. Non è soltanto inutile dedicare tanto tempo ad argomenti irrilevanti; è anche dannoso, perché in questo modo si sottraggono spazi a temi veramente importanti. Quanta attenzione si riserva alla scuola, ad esempio, esclusi i rituali servizi su apertura e chiusura dell'anno scolastico? E' corretto concentrarsi solo su casi limite, come il bimbo con la lingua tagliata, oppure è compito del giornalista cercare di rappresentare la complessa realtà della scuola italiana? La società civile dovrebbe reagire e pretendere un'informazione corretta e completa, come molti operatori cercano in realtà di fare, mentre è poco probabile che questa richiesta venga dalla classe politica, che è invece più interessata alla copertura che i mass-media danno alle proprie iniziative: se Bruno Vespa trasferisce lo studio di *Porta a Porta* al congresso dei DS, la direzione di quel partito lo ringrazierà pubblicamente e non lo criticherà se dedicherà gran parte delle altre puntate a temi irrilevanti o sensazionalistici.

D'altra parte il giornalista che sceglie di parlare delle prossime vacanze di Michelle Hunziker con Eros Ramazzotti anziché dei 13 miliardi di euro stanziati per il velivolo militare da assemblarsi nella base di Cameri dirà che alla gente interessa maggiormente la prima notizia. Sceglierà insomma di parlare di ciò che sarà premiato dagli indici di ascolto,

muovendosi all'interno della logica dell'Auditel, secondo la quale il programma che non produce sufficiente ascolto viene cancellato dai palinsesti.

Ebbene, dobbiamo affermare il principio che se tale logica può valere per i programmi di intrattenimento, al contrario essa non può essere accettata per quelli di informazione e di approfondimento; da ciò non deriva necessariamente che questi debbano essere noiosi o poco accattivanti; non proponiamo insomma come modello da seguire la televisione pubblica degli USA, che pur molto seria ed autorevole, ha uno share del 3%.

Pur con i necessari distinguo, si potrebbe paragonare il sistema dell'informazione a quello dell'istruzione: sarebbe accettabile o desiderabile che la scuola lasciasse agli studenti stessi la facoltà di deciderne i contenuti? La sua funzione è di divertire o di educare e istruire?

Così per l'informazione: deve divertire o concorrere a formare cittadini consapevoli?

CORNICI VINCOLANTI

Sciogliere tale quesito significa porsi il problema delle "cornici" entro cui svilupparne i contenuti, che vincolano i giornalisti a dire cose e tacerne altre, e ad occuparsi di alcuni aspetti contingenti delle grandi questioni senza sviscerarne la natura complessa.

Così si è parlato e si parla molto della scelta nucleare dell'Iran, evitando nel contempo di affrontare la questione della legittimità del nucleare in sé e di dare sufficiente copertura alle campagne di disarmo promosse dai movimenti e dalla società civile.

Da dove e da chi viene effettuata la selezione delle notizie da far passare ai cittadini? Generalmente non è necessario dare disposizioni in materia, basta la tendenza ad adeguarsi al clima di conformismo imperante – qualcuno parlerebbe di "pensiero unico" – a rendere piuttosto uniformi telegiornali e stampa.

Non è inoltre affatto trascurabile il fatto che in Italia sono scarsissimi gli editori "puri", che non abbiano cioè interessi primari in altri settori economici, quali quello edilizio; i direttori dei giornali sono nominati dagli azionisti, non sono scelti dai giornalisti, e non è quindi necessario intervenire con una censura "a posteriori" dei contenuti – non è difficile per un direttore sapere in anticipo quali risulteranno più o meno graditi alle rispettive proprietà.

Nella stampa è assai rilevante inoltre il ruolo degli inserzionisti, che possono condizionare le scelte editoriali facendo pesare la possibilità di comprare o meno gli spazi pubblicitari, che occupano ormai una parte considerevole dei giornali e ne sostengono i bilanci.

C'è però un settore in cui non dovrebbero pesare le ragioni economiche, cioè la RAI, servizio pubblico alimentato dal canone. In realtà anche qui è gradualmente aumentata l'influenza della pubblicità, perché di fronte alle spese crescenti si è scelto di finanziarle non con l'aumento del canone, uno dei più bassi in Europa, ma con un allargamento dello spazio concesso agli spot. E' parallelamente cresciuto il ruolo dell'Auditel.

Un servizio pubblico che si rispetti dovrebbe contribuire a promuovere la crescita di una cittadinanza consapevole, che non può prescindere da un'analisi critica dei consumi, ma essa è difficilmente conciliabile con le ragioni della pubblicità.

Oltre che dagli inserzionisti pubblicitari, la libertà del servizio radio-televisivo pubblico è limitata dai meccanismi di controllo: mentre tale ruolo dovrebbe essere affidato al Parlamento, espressione del voto popolare, e ad espressioni della società civile, esso viene nei fatti esercitato dai partiti politici.

L'incontro con Roberto Natale è stato animato dagli interventi degli studenti del Liceo Scientifico "B.Pascal" di Ovada, che stanno realizzando un lavoro sui telegiornali sotto la guida della Prof. Silvia Montobbio. Ringraziamo studenti ed insegnante.