

Novità e successi

Storia contemporanea

Parigi, 1919: si segnano le "sorti" dell'Europa
di Luigi Grisolia

[Altri libri](#)

La saggistica filosofica

Relativismo della verità, assoluta contraddizione
di Luigi Ambrosi

[Altri libri](#)

La saggistica letteraria

Quel silenzioso ritorno del regresso/represso
di Marco Gatto

[Altri libri](#)

Sociologia, comunicazione e società

Le nuove parole come guida alla nuova epoca
di Monica Florio

[Altri libri](#)

Problemi aperti

Criminalità organizzata: pianificazione strategica
di Dora Anna Rocca

[Altri libri](#)

Letteratura

«Dopo la bomba c'è il silenzio»
di Rino Tripodi

[Altri libri](#)

Storia e cultura religiosa

Da un tempo "raccontato" ad uno "atteso e sperato"
di Sonia Vazzano

[Altri libri](#)

Economia e politica

Quando all'"autonomia" ci pensava don Sturzo...
di Annalisa Pontieri

[Altri libri](#)

Le Muse

La riscoperta della vita e la coscienza d'"essere"
di Claudia Cardamone

[Altri libri](#)

Editoria varia

Sensazione e linguaggio: un rapporto indiscutibile
di Germana Luisi

[Altri libri](#)

Cultura e dintorni

La poesia inedita

Il bozzolo
di Anna Lauria,
a cura di A. De Luca

[Altre poesie](#)

Il racconto breve inedito

L'ultimo mese d'autunno
di Ion Druta,
a cura di Rino Tripodi

[Altri racconti](#)

Un sito al mese

Fra tutti i libri del mondo: sogno che diventa realtà
di Elisabetta Bartucca

[Altri siti](#)

Riflessioni e informazioni

Quelle realtà complesse, ma tanto "semplificate" dal linguaggio dei media

Partendo da un'analisi linguistica di alcune note testate italiane, intorno agli oscuri avvenimenti che contraddistinsero il G8 di Genova del 2001, Maria Cristina Torchia riflette sui "modi" con cui le "notizie" diventano "notiziabili" per il «Corriere della Sera», «il Giornale» e «la Repubblica»

Informarsi nell'era dell'informazione è difficile.

I mass media, infatti, hanno moltiplicato le fonti di notizia e affinato le proprie strategie comunicative. Ne discende l'esigenza di un parallelo accrescimento di abilità di vario tipo – certamente anche linguistiche – da parte dei destinatari. Abbiamo proceduto all'analisi linguistica e testuale di tre significativi quotidiani italiani (il «Corriere della sera», «la Repubblica», «il Giornale»), in relazione agli avvenimenti della prima giornata del G8 di Genova.

Il G8 è stato, infatti, un vero e proprio "evento mediatico", seguito da migliaia di telecamere, giornalisti, fotografi, registi ecc. Questo stesso "evento" ha acquisito un'urgenza ed una drammaticità tali da catturare l'attenzione di tutti i media e suscitare le emozioni del pubblico. Dunque, un buon esempio metodologico di come alcuni fatti diventino altamente "notiziabili".

Nel mondo dei media

È un fatto ormai acclarato e imprescindibile che, nelle società complesse come la nostra, le strutture della comunicazione e il sistema dei mass media in particolare abbiano assunto un'importanza e un ruolo cruciali.

In tempi di globalizzazione – non soltanto economica, ma ancor prima informativa e comunicativa – è evidente che le nostre possibilità di esperienza diretta sono diventate insufficienti per conoscere e comprendere ciò che accade al di fuori del nostro "intorno" quotidiano. Tutti noi, per orientarci e posizionarci nel presente, facciamo riferimento a ciò che i media dicono e mostrano e spesso l'informazione che essi ci offrono – poca e vaga o insistente e reiterata – è l'unica a nostra disposizione.

Con le rappresentazioni dei media, con i loro discorsi, ci confrontiamo quotidianamente: per loro tramite acquisiamo conoscenze, ma assorbiamo anche schemi di interpretazione delle conoscenze stesse, di cui ci serviamo per definire la realtà.

Nel produrre informazioni, i mezzi di comunicazione non "riflettono" semplicemente la realtà, ma la "mediano" discorsivamente e dunque contribuiscono di fatto a definirla: chi opera la mediazione stabilisce unilateralmente che cosa dire e come dirlo; decide cioè, fissandoli, i criteri di visibilità e di rilevanza dei fenomeni collettivi e degli eventi potenzialmente dotati di interesse pubblico.

L'asimmetria della comunicazione dei media

Come è noto, la comunicazione "massmediatica" è strutturalmente una forma di comunicazione asimmetrica e unidirezionale: il destinatario non è mai fisicamente presente nel momento in cui l'atto comunicativo viene prodotto e dunque non può intervenire o replicare nell'immediato, come invece avviene nelle normali interazioni "faccia a faccia".

Inoltre, lo statuto dei soggetti della comunicazione non è di fatto paritario, sia rispetto alle conoscenze che alla competenza comunicativa, all'autorità e al potere. Nel caso della comunicazione giornalistica, per esempio, soltanto chi controlla la produzione conosce tutti gli avvenimenti di cui si ha notizia (tramite fonti dirette e indirette) o tutti gli aspetti di uno specifico evento.

Chi produce la comunicazione, di conseguenza, ha il potere di selezionare, gerarchizzare, organizzare gli eventi rappresentati in modo tale che assumano

Potenza dello Tsunami:
velo tragico della verità
di *Ettore Masina*

□ **Altri argomenti**

**Convegni, eventi,
mostre, festival,
concorsi e...**

Le manifestazioni
più interessanti
a cura di *Germana Luisi*

□ **Altre iniziative**

**Gli editoriali
precedenti**

Intrecci
politico-economici
nell'Italia di ieri e di oggi
di *Fulvio Mazza*

**Nei prossimi numeri di
«Scriptamanent»**

Tutto quanto fa cultura:
i libri, e molto ancora...
a cura di *Marco Gatto*

**Prossimamente
su «Rnotes»**

Leggerete presto
su carta stampata...
a cura di *Marco Gatto*

**Vecchi e nuovi indici
della rivista «Rnotes»**

La "Nuova serie"
della rivista cartacea
a cura di *Ilaria Attisani*

Come scrivere su
Scriptamanent.net

Chi siamo

Archivio

Il sito della
Rubbettino Editore

Il catalogo della
Rubbettino Editore

Contattaci

Newsletter



Rubbettino

una certa configurazione e un certo significato.

Linguaggio e democrazia

Certamente il destinatario non è un "ricevente" passivo, che accoglie supinamente tutti i messaggi che i media codificano e trasmettono; ogni destinatario, anzi, interviene sul testo interpretandolo a partire dal proprio bagaglio personale di conoscenze, motivazioni, valori, aspettative.

È tuttavia vero che il cittadino-destinatario ha bisogno di competenze linguistiche e comunicative alte, per poter partecipare e reagire consapevolmente a temi e problemi sui quali i media ci informano.

Concordiamo, pertanto, con gli autorevoli studiosi, di varia provenienza e appartenenza, che individuano nel linguaggio – nelle sue modalità di impiego e nelle speculari abilità di riconoscerle e interpretarle – uno strumento essenziale dell'organizzazione democratica.

Secondo il concetto di «democrazia deliberativa» (formulato da Jürgen Habermas), una democrazia che voglia dirsi tale deve poter contare su una comunicazione pubblica libera e trasparente e su una società civile forte, comunicativamente competente, capace di controllare le notizie, capire i significati anche impliciti dei testi, interpretare i discorsi.

La realtà e i "discorsi" dei quotidiani

A partire da queste premesse, come già accennato, abbiamo esaminato puntualmente i titoli di alcuni quotidiani italiani e il discorso che attraverso di essi ogni testata ha costruito in riferimento alla prima giornata del G8 di Genova del luglio 2001.

L'obiettivo di fondo, che ha animato il nostro progetto d'analisi, è stato quello di illustrare le strategie linguistiche e testuali attraverso le quali ciascun quotidiano da noi esaminato ha costruito la propria definizione e rappresentazione dell'evento e il modo in cui tale immagine è stata discorsivamente proiettata sul lettore.

La realtà che "si legge" sui giornali, infatti, è sempre una realtà selettivamente ricostruita e messa in prospettiva, anche laddove – come ad esempio nei titoli – il testo del quotidiano si propone al lettore come sintesi descrittiva dei fatti.

La mediazione linguistica, la stessa attività di messa in discorso di concetti e informazioni non può mai essere un'operazione neutra: il testo non riflette passivamente la realtà, ma la ricrea trasformandola.

In particolare, nella redazione di un giornale, la conversione di un evento in notizia – ovvero in resoconto giornalistico dell'evento – si realizza attraverso una fitta rete di procedure, che vanno dalla selezione dei contenuti da trasmettere alla loro ricombinazione e organizzazione all'interno delle pagine, fino alla scelta delle strategie linguistiche di presentazione dei contenuti stessi.

La composizione e configurazione del testo-giornale, proprio come ogni altro atto di produzione discorsiva, introduce ampi margini di soggettività, ma nel giornale questa soggettività inalienabile tende ad essere sottilmente dissimulata.

Il quotidiano fonda la propria attendibilità su un'apparente manifestazione di obiettività e proprio perché l'obiettività è garanzia di credibilità – e di conseguenza anche di mercato – le strategie linguistiche messe in atto a tal fine possono anche essere molto raffinate e non facilmente riconoscibili.

I titoli dei quotidiani nel sistema integrato dei media

Più specificamente, abbiamo deciso di focalizzare la nostra analisi prioritariamente sui titoli. All'interno di un quotidiano, infatti, i titoli entrano in rapporto sia con gli altri titoli e con gli altri elementi della pagina (testi verbali e immagini), sia con gli altri titoli del giornale. Questo intreccio costruisce un "testo" vero e proprio, che diventa il luogo privilegiato in cui ogni redazione sviluppa il "suo" discorso.

Si può comprendere, quindi, che i titoli rappresentino un punto nevralgico e strategico della comunicazione giornalistica scritta. Si consideri, fra l'altro, il tempo che un lettore medio dedica alla lettura dei quotidiani – o, più spesso, di un unico quotidiano – nonché le modalità di fruizione. Come dice Umberto Eco, «un quotidiano "si scorre". Spesso lo si scorre appeso al chiosco, senza acquistarlo; sovente lo si scorre in casa leggendo solo un articolo e per il resto dando una rapida occhiata ai titoli» («Guida all'interpretazione del linguaggio giornalistico», in Vittorio Capecchi - Marino Livolsi, «La stampa quotidiana in Italia», Bompiani, 1971, pp. 333-374; p. 354).

Bisogna inoltre sottolineare che in un'era come la nostra – dominata dal mezzo televisivo – la conoscenza degli eventi-notizia viene quasi sempre data per scontata, per cui i titoli dei quotidiani assolvono sempre meno alla funzione di “informare”, che dovrebbe essere loro costitutiva.

Anche nella composizione dei titoli, la stampa italiana sembra rincorrere e imitare modalità e schemi del discorso televisivo, privilegiando gli aspetti drammatici e spettacolari, che propiziano l'immediato – nel senso proprio di “non-mediato” – coinvolgimento emotivo del lettore.

Per questa via, nei titoli è diventata predominante una funzione di tipo “pubblicitario”, il cui scopo principale non è più quello di dare la notizia, bensì di “rinnovarla”, rendendola “appetibile” per il lettore. Nei titoli, cioè, i giornali tendono a privilegiare quelle funzioni del linguaggio attraverso le quali si stabilisce e mantiene un contatto con il lettore e si ribadiscono vincoli di vicinanza ideologica ed emotiva che vanno oltre gli scopi puramente informativi.

Il ruolo strategico dei titoli

La consapevolezza del ruolo strategico dei titoli è confermata dal fatto che la loro composizione rientra nei compiti “propri” della redazione di ciascuna testata e non viene delegata ai singoli autori dei pezzi.

Infatti, non di rado, il resoconto dei cronisti è smentito da titolazioni reticenti, ambigue, o comunque conformi ad una determinata linea editoriale piuttosto che ai contenuti dell'articolo stesso.

La confezione dei titoli è un'importante operazione editoriale, tesa a garantire l'uniformità del testo-giornale, che conferisce alla testata un'identità immediatamente riconoscibile.

La titolazione, in definitiva, rientra fra le strategie con cui ogni testata giornalistica costruisce la propria “griglia interpretativa”, all'interno della quale vengono situati “i fatti”.

Di conseguenza, anche quando vengono pubblicate opinioni differenti intorno a un dato argomento, la “cornice” in cui esse vengono collocate costituisce un fattore determinante, che ne indirizza la lettura e genera una «musica di fondo» – come la chiama Giulietto Chiesa – che incide sull'orientamento dell'opinione pubblica molto più delle singole voci.

Il caso esemplare del G8 di Genova: un evento, tante rappresentazioni

La funzione discorsiva unificante dei titoli riguarda il giornale nella sua globalità, ma emerge in tutta la sua evidenza analizzando la copertura informativa su un singolo evento-notizia.

La ricerca empirica su un singolo evento come il G8 ha solo apparentemente un “respiro breve”: essa assume valore esemplificativo e metodologico.

Nell'esaminare il modo in cui i media (in questo caso i quotidiani) affrontano l'emergenza, l'eccezionalità, diventano più evidenti gli strumenti, le categorie e le strategie comunicative attraverso cui essi formulano definizioni, distinzioni, giudizi. Si acquisiscono così indicazioni preziose su come i mezzi di comunicazione gestiscono la realtà, mediandola, anche in condizioni ordinarie.

L'evento “prima giornata del G8 di Genova” è stato un “macro-evento” complesso, in cui si sono intersecati diversi piani di realtà: il vertice ufficiale, le iniziative molteplici del controvertice (cortei, “sit-in”, “performances” simboliche), le azioni violente di una parte dei contestatori (devastazioni, incendi, saccheggi), l'operato delle forze dell'ordine (gli interventi per mantenere l'ordine pubblico, la repressione, le cariche). Tutti questi piani si sono sovrapposti e sono confluiti nelle ricostruzioni giornalistiche dell'evento, ma in diversa misura e con differenti modalità, dando origine a diverse definizioni della situazione e a determinate rappresentazioni delle identità dei soggetti coinvolti.

La sintesi di un articolo riduce ad affermazione generale, talvolta quasi apodittica, quello che l'analisi linguistica “fine”, condotta localmente e sequenzialmente, ha invece la forza di dimostrare, per cui qui non possiamo fare molto più che “alludere” ai problemi, a partire però dai risultati dell'analisi praticata.

Una parola-chiave, un percorso interpretativo

La rappresentazione dell'evento, nei quotidiani presi in esame, si genera a partire dalla costruzione discorsiva del titolo di testa, tramite il quale non soltanto si veicolano gli elementi dell'evento, valutati come i più salienti e rappresentativi, ma se ne forniscono anche le coordinate interpretative fondamentali.

Nel «Corriere della sera» e ne «la Repubblica», ad esempio, i titoli di testa sono, rispettivamente: «Battaglia a Genova, muore giovane di 23 anni» e «G8, tragedia a Genova». Le designazioni «battaglia» e «tragedia» si costituiscono innanzitutto come schemi concettuali e interpretativi (“frames”), che riassumono stenograficamente l’evento.

Nel «Corriere della sera» «battaglia» è la parola-chiave che catalizza il processo interpretativo del testo, è il nucleo centrale della rappresentazione, è “la notizia”. Le altre unità informative selezionate per ricostruire l’evento – essenzialmente la morte di Carlo Giuliani e le devastazioni dei “Black bloc” – si articolano e si riconnettono ad essa come suoi corollari.

Ne «la Repubblica», la rappresentazione primaria dell’evento è invece tutta affidata al termine «tragedia», che, diversamente da «battaglia», ha una salienza solo emotiva, non cognitiva.

In entrambi i giornali, comunque, l’attenzione viene immediatamente ed esclusivamente concentrata sugli aspetti drammatici dell’evento.

A margine si noti che la sigla «G8» o l’espressione «G8 di Genova», in riferimento agli eventi del luglio 2001, hanno subito un ribaltamento di significato, per cui da “vertice dei capi di stato e di governo dei paesi più industrializzati del mondo” sono passate ad indicare il “contro-G8”, il “controvertice”.

L’analisi dei due quotidiani ha messo poi in evidenza come il resto dei titoli e la selezione delle unità di contenuto e delle immagini siano sostanzialmente espansioni e rinforzo di quella scelta lessicale iniziale, che si configura, appunto, come chiave interpretativa generale.

Anche in ricezione, le due parole-chiave agiscono come “immagini-guida”, in base alle quali la comunità dei lettori è indotta a strutturare cognitivamente ed emotivamente l’evento e ad immagazzinarlo in memoria.

Le parole di un titolo: «il Giornale»

Riportiamo brevemente anche un’esemplificazione relativa al titolo di testa de «il Giornale», che abbiamo analizzato come esempio di quotidiano più apertamente schierato politicamente.

Ci preme sottolineare qui che la nostra analisi è stata di taglio esclusivamente linguistico e non politico. I giudizi espressi riguardano, cioè, gli usi linguistici e la costruzione di significati testuali e non le prese di posizione dei diversi quotidiani presi in esame.

«il Giornale» apre la sua edizione di sabato 21 luglio 2001 con un titolo di forte impatto visivo ed emotivo. Esso si compone di una fotografia – che occupa per intero la metà superiore della pagina e mostra il cadavere di Carlo Giuliani disteso sull’asfalto – e di una parte verbale sovrainpressa a caratteri cubitali bianchi, che recita: «Così il popolo di Seattle ha ottenuto il suo martire».

L’unità di notizia su cui verte il titolo è “la morte di Carlo Giuliani”. Questo evento viene isolato e proposto al lettore come frammento emblematico, incisivo e pregnante, della prima giornata del G8.

Ci limitiamo qui a fare alcune osservazioni di carattere linguistico, ma segnaliamo che sono dense e significative anche le interazioni e le corrispondenze di significato che si stabiliscono fra la parte visiva (fotografia) e quella verbale (titolo vero e proprio), di cui si compone il titolo in questione.

Il «così» iniziale da un lato rimanda alla fotografia sottostante («così» = “come potete vedere dalla foto”). L’immagine fotografica funziona in questo caso come garanzia di verità di quanto viene detto. Dall’altro lato «così» introduce una conclusione le cui premesse rimangono implicite, non espresse («così» = “alla fine, quindi, dunque”). Per questa via il «così» iniziale rimanda il lettore ad un discorso precedente, già avviato dal quotidiano, che si presuppone che il lettore già conosca e condivida.

«Il popolo di Seattle», soggetto del predicato «ottenere», è nome collettivo che riunisce in un’unica designazione l’intera moltitudine dei contestatori.

A questo soggetto collettivo e indifferenziato viene attribuita la predicazione «ha ottenuto il suo martire».

Secondo la definizione del dizionario, «ottenere» vuol dire “riuscire ad avere ciò che si desidera, si vuole, si persegue”. L’affermazione «Così il popolo di Seattle ha ottenuto il suo martire» presuppone, dunque, e dà per scontato, che “il popolo di Seattle ha desiderato/voluto il suo martire”. Questa seconda informazione non viene veicolata esplicitamente nel titolo, ma si costituisce come premessa implicita – e perciò non problematica – del discorso del quotidiano.

Infine, l'uso della parola «martire» per designare il manifestante ucciso è anch'esso denso di implicazioni. «Martire» è chi si immola per una causa in cui crede e lo fa intenzionalmente. La scelta di questa parola ha, in questo contesto, una chiara valenza ironica e iperbolica.

In sintesi si può notare, ancora una volta, che il titolo predefinisce le chiavi di interpretazione della notizia e della più complessa realtà a cui essa si riferisce.

Ricostruzioni della realtà e sua semplificazione

L'occhio selettivo delle redazioni, insomma, ricomponne frammenti di realtà, li ordina – all'interno della prima pagina e nella successione delle pagine interne – in una certa sequenza che non è cronologica ma gerarchica e, nel dar loro maggiore o minore visibilità, finisce per alterare il senso delle proporzioni e deformare l'immagine complessiva dell'evento, piegandola entro i propri schemi interpretativi.

Sebbene i quotidiani dedichino un cospicuo numero di pagine alla copertura dell'evento, l'intreccio testuale dei titoli non fornisce una costellazione di informazioni atta a ricostruire l'evento nella complessa molteplicità dei suoi aspetti, ma ribadisce invece continuamente pochi e fondamentali concetti.

Ciò che monopolizza l'attenzione dei media è la violenza. Per citare Baudrillard, «tutti i media vivono sulla presunzione della catastrofe, sull'imminenza succosa della morte [...] nulla è informazione se non passa attraverso questo orizzonte» (Jean Baudrillard, «L'illusione della fine», Anabasi, 1993, pp. 78-79).

Persino la logica dei numeri – che tante volte è criterio di valutazione degli eventi e della loro notiziabilità – è scavalcata dalla fascinazione mediatica della violenza. I «Black bloc», stimati dalla stampa fra 400 e 1.000, conquistano la massima visibilità in termini di spazio occupato: titoli, immagini, articoli, intere pagine. Per questa stessa logica, migliaia di manifestanti pacifici, un arcipelago di associazioni, gruppi, individui, estraneo alle violenze, viene tagliato fuori dalla rappresentazione.

È vero che sui giornali analizzati si trova scritto che il Genoa social forum «è composto da oltre 800 sigle»: il dato è corretto e se si vuole completo, pur nella sua essenzialità, ma viene limitato e relegato ai margini del discorso, seppellito in qualche trafiletto o riquadro informativo. La quantificazione numerica dei gruppi aderenti alla protesta, e la loro designazione e riduzione a «sigle», certo non riflette l'immagine variegata del movimento nella sua composizione eterogenea e multiforme né tanto meno dà indicazioni sulle sue intenzioni e motivazioni. Nelle strategie definitorie che si adottano nei titoli, dunque in posizione di ben maggiore evidenza, si tende invece a dare una rappresentazione inclusiva e omologante della contestazione, a dotare il movimento di un'identità univoca. Risulta evidentemente più semplice farne un soggetto unico, un attore singolo da contrapporre agli altri attori sociali protagonisti della scena rappresentata. Oltretutto, rappresentando la contestazione solo in termini di «scontri» («assedi», «incursioni», «attacchi») si autorizza il lettore ad appiattare il concetto di «manifestanti» su quello di «anarchici» e «Black bloc». Si trasforma così l'intero movimento in un'orda barbarica di pericolosi e violenti rivoltosi: dunque, ancora una serie di semplificazioni linguistiche e narrative, che vanno a scapito della comprensione degli eventi.

Infine, le ragioni per cui una moltitudine così eterogenea di persone si mobilita e scenda in piazza resta elemento del tutto oscurato; i contenuti del controvertice e le motivazioni della protesta hanno un impatto debole nella logica dei media: l'attenzione è focalizzata solo sugli aspetti più drammatici e spettacolari di ciò che accade, senza specificare le ragioni del suo accadere.

Effetto-spot e precarietà delle fonti

Quando la complessità e interezza di un fatto viene oscurata e negata dalla scelta giornalistica di puntare tutti i riflettori su un frammento – in questo caso, la violenza – l'impatto «massmediatico» del particolare ingigantito ha la forza suasoria di uno spot pubblicitario. L'impressione che suscita è così vivida («effetto di reale» ovvero illusione di realtà) da resistere ad ogni smentita.

Un elemento saliente della ricostruzione giornalistica sono le fonti dell'informazione: parte di essa si basa sulle conoscenze acquisite dai giornalisti presenti sul luogo, testimoni diretti degli eventi nel loro accadere; un'altra parte consiste nella rielaborazione dei «take» delle agenzie di stampa e, infine, una quota non irrilevante del discorso giornalistico si basa su riporto/riformulazione dei

discorsi altrui. In tal caso, attraverso l'uso sapiente delle citazioni, si accreditano determinati punti di vista e se ne marginalizzano altri.

Se è vero che tutte le versioni sono per "statuto" soggettive, è vero anche che alcune vengono trattate con prudenza e presentate come "di parte", mentre altre, più ufficiali, vengono citate in quanto autorevoli e dunque maggiormente credibili e affidabili.

Citiamo solo un esempio che riguarda la morte di Carlo Giuliani e la costruzione giornalistica della sua identità: le prime notizie relative al giovane ucciso arrivano dalla questura e vengono giudicate come verità certificata, non passibile di smentita.

A partire dal lancio d'agenzia, i giornali ci costruiscono sopra l'icona dello sbandato («pregiudicato», «squatter», «mendicante», «punkabbestia»). È uno stereotipo che si inserisce bene nello schema interpretativo degli eventi impostato dai giornali, corrisponde alle loro attese e a quelle (presunte tali) del lettore.

La storia, la vita, di Carlo Giuliani viene ipotizzata, presunta e costruita intorno agli scarni dati della questura, non concedendosi il tempo necessario per verificarli e approfondirli incrociando fonti diverse.

Si potrà obiettare che i tempi di produzione dell'informazione sono tecnicamente ristretti, ma l'imperativo della rapidità a tutti i costi va a scapito della correttezza e quindi della verità dell'informazione stessa.

La pervasività della "diretta"

Nonostante il suo caratterizzarsi come genere di approfondimento, sotto la spinta dei continui progressi tecnologici e della logica concorrenziale interna al sistema dei media, il quotidiano insegue il modello televisivo.

Oltre a mutuare dai telegiornali l'agenda degli eventi emergenti, i quotidiani hanno fatto proprio anche l'imperativo della rapidità dell'informazione. Questa, quando è veloce, crea un effetto di tempestività, un effetto di presenza che aumenta l'alone di autorevolezza e di credibilità di chi trasmette le notizie. Si genera così una semplificazione del discorso, che riduce e opacizza la complessità dei fenomeni sociali assunti a notizia.

«Il sistema dell'informazione accentua il valore della "diretta" quale principale parametro cronologico» con «la conseguente riduzione di tutte le scale temporali a quella dell'evento» (Mauro Wolf, «Le discrete influenze», in «Problemi dell'informazione», n. 4, 1996, pp. 481-492, p. 483).

L'immediatezza, la "visibilità" e la spettacolarità diventano, cioè, ingredienti irrinunciabili del discorso informativo, a scapito della problematizzazione e della comprensione dei fenomeni oggetto di discorso. Questa discrepanza fra tempo "veloce" dei media e tempo "più lento" della conoscenza/comprendimento di eventi e fenomeni complessi mette costantemente fuori sincrono il destinatario della comunicazione.

Il lettore-consumatore e il deficit di domande

Così il bisogno/diritto del cittadino-lettore di "essere informato" conoscenza degli avvenimenti viene scavalcato, mentre si accentua il suo ruolo di consumatore onnivoro: si configura, cioè, una situazione in cui i media, in concorrenza fra di loro, gareggiano nell'offrire al potenziale utente «la migliore opportunità di accedere velocemente e facilmente al mercato dell'informazione né più né meno di quanto avviene sui mercati dei servizi» (M. Wolf, op. cit., p. 484), indipendentemente dalla qualità di tale informazione.

Il discorso dei quotidiani sulla prima giornata del G8 di Genova ha concentrato l'attenzione sulle colonne di fumo, sulla gente vestita di nero, sugli scontri e ha tagliato fuori il resto.

Ha formulato opinioni, ha accusato alcuni, ha giustificato altri, ma non ha cercato di capire e ricostruire quello che era successo. Si può controbattere che questo è un obiettivo che non si adatta alla struttura produttiva della macchina informativa. Ma ciò che lascia perplessi e a disagio non è il deficit di risposte, bensì il deficit di domande.

La certezza con cui viene offerto un quadro d'insieme che appare onnicomprensivo e coerente produce una semplificazione che "fa breccia", perché nella sua schematicità fa quadrare ogni cosa.

Maria Cristina Torchia

(«www.scriptamanent.net», anno II, n. 15, settembre-ottobre 2004)