

## co-scrivendo

**nota introduttiva:** il testo che segue rappresenta una piccola esperienza di scrittura collettiva. Alcuni partecipanti alla Scuola di formazione politica di Senigallia, negli ultimi mesi si sono confrontati, per iscritto e via mail, su un dato apparso su una rivista italiana (testo in corsivo di seguito, che apre la discussione). Ognuno ha aggiunto al testo delle considerazioni, rispedendo la nuova versione a tutti. Si tratta quindi di un testo scritto a più mani, dove confluiscono considerazioni e approcci di diverso genere. Il redattore finale ha solo corretto la forma e gli errori sintattici. Ne è risultato il testo che segue...

Italiani, media e politica

*un sondaggio di qualche mese fa confermava tre dati interessanti. Il primo è che in Italia il 54 per cento delle persone si informa prevalentemente attraverso la televisione (il 25 per cento con i quotidiani, il 12 su internet e il 3 con la radio). Il secondo è che il 53 per cento degli italiani considera i mezzi d'informazione molto o abbastanza autorevoli, mentre il 41 pensa che non lo siano. Il terzo è che le persone convinte dell'autorevolezza dei mezzi d'informazione sono le stesse che guardano la tv, e appartengono ai ceti più popolari. L'aspetto preoccupante di tutto questo è che la spaccatura del paese sembra essere più profonda di una semplice divisione tra nord e sud, ricchi e poveri o destra e sinistra. È una frattura narrativa: gli italiani sono convinti di guardare tutti lo stesso film, ma i film sono due: uno raccontato dalla tv, l'altro dal resto dei mezzi d'informazione, e i personaggi e la storia sono molto diversi. Il rischio è che le due Italie non riescano più a parlare tra loro perché non condividono più la stessa realtà, e forse neanche le parole per definirla<sup>1</sup>.*

Proviamo a descrivere le due Italie attraverso le parole che appartengono propriamente ai due gruppi. Al primo gruppo, quello che considera i mezzi di informazione autorevoli (per lo più identificabile con i ceti più popolari), appartengono parole/frasi/slogan come: paura, non si possono accogliere gli stranieri indiscriminatamente, tasse alte, no all'Europa dei burocrati, emergenza educativa, crisi dei valori familiari, no al buonismo. Alla prima Italia appartengono Persone che per loro imprinting hanno a cuore il loro status e come ogni Società chiusa tende ad auto referenziarsi per sopravvivere. È alto il senso della competizione: essere i primi vuol dire esserci. I mass media televisivi sono la loro cassa di risonanza che per ragioni di auditel lancia i messaggi che questi Gruppi vogliono sentirsi dire. Non hanno un senso critico sviluppato, quando una notizia passa nelle TV è automaticamente vera. L'informazione, specie in TV, passa prevalentemente attraverso i telegiornali, che, giorno dopo giorno, mettono in scena una rappresentazione della realtà.

Le fasi di tale rappresentazione sono in primo luogo la scelta dei fatti da trasmettere; in secondo luogo l'ordine con cui mostrare tali accadimenti; infine la scelta delle persone da intervistare o a cui chiedere un commento dei fatti. Risulta evidente che, con una sapiente regia, i telegiornali possono orientare in modo decisivo le opinioni di chi si affida quasi esclusivamente ad essi per conoscere la realtà. Gli esempi sono innumerevoli. È sufficiente dare maggior spazio a due parti politiche per trasmettere l'idea che la politica di un Paese sta diventando prevalentemente bipolare o bipartitica. Oppure, mostrando tutti i giorni scene di eserciti che aiutano la popolazione civile e trascurando le stragi di civili come conseguenza di azioni di guerra, si trasmette facilmente l'idea che le operazioni militari siano giuste e, a volte, necessarie. Sul fronte economico, se si parla prevalentemente di alta finanza o di accadimenti che coinvolgono le grandi imprese nazionali o internazionali, è difficile che i cittadini si facciano un'idea alternativa di economia, basata sulla micro finanza o sulla partecipazione attiva dei lavoratori. Affinché possa essere credibile, la rappresentazione della realtà ad opera dei telegiornali deve lasciare poco spazio a dubbi o a incertezze o al desiderio di approfondimento. Si preferisce, quindi, semplificare le questioni più complesse e, nel caso in cui siano coinvolti più soggetti e quindi più punti di vista, si tende a ridurre la complessità ad uno scontro tra soltanto due parti, mutuando dal mondo sportivo gli schemi rappresentativi della realtà.

---

<sup>1</sup> Giovanni De Mauro in *Internazionale*, n. 816/15.10.2009.

Pertanto la conoscenza che il cittadino ha della realtà non è finalizzata alla partecipazione attiva ma, prevalentemente, a capire chi sta contro chi e, conseguentemente, a scegliere in modo inconsapevole per chi conviene tifare. Al primo gruppo appartengono parole come bellezza, ricchezza, culto del corpo, successo, superficialità, appiattimento ed omologazione a tendenze del momento, gossip, interesse a storie familiari tragiche (omicidi, etc), individualismo, egoismo, banalizzazione dei sentimenti. Collegato a questo gruppo c'è l'abuso di termini stranieri, che tendono ad allontanare dal vissuto quotidiano gli avvenimenti, a rendere più complessa la comprensione della realtà ma soprattutto a tagliare fuori o confondere tutta quella fetta di società che di quei termini non è capace di comprendere il significato primo e più profondo.

Al secondo gruppo, quello che considera i mezzi di informazione non autorevoli (per lo più identificabile con i ceti meno popolari), appartengono invece parole come: sobrietà, stili di vita alternativi, clima, emergenza ambientale, accoglienza, partecipazione, condivisione, bene comune, democrazia, costituzione italiana ancora valida. Alla seconda Italia appartengono Persone che hanno avuto una diversa educazione, non dico migliore o peggiore ma nella quale è essenziale filtrare la realtà, in altri termini: ragionano con la loro testa. Non si lasciano facilmente trascinare, hanno un fulcro valoriale saldo e costruito nel tempo. Hanno pagato caro, a volte, le loro scelte in termini di relazioni sociali, di carriera professionale, ma sono ancora lì e resistono, aspettando che Amore e Verità abbiano la meglio su certe logiche. I cittadini che considerano non autorevoli i mezzi di informazione sanno distinguere tra realtà e rappresentazione della realtà. Probabilmente preferiscono una informazione libera e plurale, piuttosto che una generica informazione autorevole. Sono cittadini che non si fidano acriticamente di quello che sentono o leggono, ma vogliono capire dopo avere ascoltato più punti di vista. Lo spettacolo quotidiano dei telegiornali, in cui ad essere chiamati ad esprimere la loro opinione sono sempre i soliti volti, non li convince affatto. Se possono leggono i giornali o consultano siti web. Corrono tuttavia il rischio di una disaffezione dalla partecipazione, perché non sempre riescono a trovare strumenti di partecipazione credibili, per viverla nel territorio in cui vivono. Essi hanno due opzioni: potrebbero facilmente trasformarsi in cittadini rinchiusi nel privato e sistematicamente scettici, anche con un certo snobismo culturale, di fronte ad ogni tentativo di trasformazione della realtà. Oppure possono interpretare vigorosamente i principi della Carta, ricordandosi l'esempio massimo di Gesù maestro di popoli semplici, ed agire nel locale, perché la dimensione locale è quella dove vive la maggior parte delle persone. Essi vivono chiusi nelle loro case, chiusi nei luoghi di lavoro, nelle loro automobili, nei bar e ristoranti, negli aerei e negli hotel delle ferie, chiusi nelle loro Chiese. Chiusi in se stessi con i media totalizzanti. A questo secondo gruppo appartengono parole come timore per la superficialità e la scarsa conoscenza, senso critico, interesse per le problematiche sociali e della vita quotidiana dei cittadini, interesse per i più deboli, interesse ai programmi di educazione e di educazione ai bisogni emotivi primari degli individui, apertura all'Europa e alla globalizzazione con interesse a quello che quotidianamente succede nei paesi europei e del mondo. In questo secondo gruppo, dotato di ragione e di coscienza, si deve agire gli uni verso gli altri in spirito di fratellanza; così si è chiamati ad incontrarsi, ad organizzare occasioni di formazione alternativa, avvicinando il primo gruppo, nelle proprie terre, con umiltà e, per esempio, anche con dei contro slogan. La comunità locale è scioccata, per esempio, da un mancato soccorso in un incidenti stradale? Passi il messaggio "i pirati sono dei vigliacchi". Si è esterrefatti dalla sempre più larga impunità? S'inizi a chiedere come movimento d'opinione che "il crimine non paga". Ed anche in positivo. C'è la paura dello straniero, del diverso? Si torni a ricordare il più possibile che "Tutti gli esseri umani nascono liberi ed eguali in dignità e diritti" (Dudu, 1948). Forse, un attivismo concreto dei cittadini più critici, potrebbe essere utile anche alle agenzie educative che, per vari motivi, sembrano essere assenti o peggio saltuariamente conniventi con l'organo di propaganda ufficiale. Un esempio sui cui riflettere per dei cattolici con la doppia fedeltà alla Chiesa e alla Repubblica (e la Costituzione sottesa), è il sempre più marcato non rispetto della laicità dello stato, la riduzione delle "critiche civili" nelle omelie parrocchiali quasi solo ai temi della bioetica.

La fiaba danese di Andersen "I vestiti nuovi dell'imperatore" può essere illuminante per comprendere la frattura narrativa che stiamo vivendo. Un imperatore assai vanitoso chiama alla sua corte due straordinari tessitori capaci di creare stoffe meravigliose e realizzare abiti miracolosi, visibili solo alle persone intelligenti e sagge. Ma nessuno, neppure l'imperatore, è in grado di vedere l'abito confezionato, pagato a caro prezzo: tutti però fingono per non essere considerati

sciocchi e indegni. Nessuno ha il coraggio di dire la verità sino al giorno del corteo, quando l'imperatore sfila per le vie della città indossando il nuovo abito. La corte applaude, loda l'eleganza dell'imperatore e altrettanto fa il popolo, finché un bambino, vedendolo sfilare in mutande, grida "Ma non ha niente indosso, è nudo!". La corte e il popolo sono tutti coloro che, pur vedendo la realtà, fingono, per adeguarsi alla massa, per codardia, per paura di distinguersi, di uscire allo scoperto, oppure per mancanza di strumenti, di parole, di luoghi di confronto e di dialogo: ecco il primo gruppo del sondaggio. Il bambino è l'immagine della semplicità, della trasparenza, della libertà di dire ciò che pensa e ciò che vede, è simbolo del coraggio di gridare:

rappresenta il secondo gruppo. La frattura narrativa non è causata solo dai mezzi di comunicazione, certo questi sono essenziali e, in effetti, rappresentano l'unica educazione permanente di molti adulti, ma il problema è che le altre agenzie educative, soprattutto la scuola, le varie associazioni e la Chiesa, non riescono più a contrastare le proposte che provengono dai potentissimi mezzi d'informazione di massa. Questo perché probabilmente si sono sentite sconfitte in partenza, quando invece il contatto diretto con le persone è quello che ancora assicura maggiore efficacia all'azione educativa. Oppure perché è in atto, da parte di chi controlla il primo gruppo, un'opera di distruzione di quelle agenzie educative che permetterebbero un'analisi critica più acuta dei mezzi di comunicazione, un'attenzione maggiore alla realtà nascosta dai media, il possesso di quelle "1000 parole" che permettono agli individui di non rimanere soffocati o disorientati dall'eloquio dei potenti. Il secondo gruppo allora ha avuto maggiori opportunità di confrontarsi con educatori in carne ed ossa che l'hanno abituato al senso critico, che gli hanno dato gli strumenti per smascherare le menzogne, che lo hanno abituato a sentire più prediche da diversi pulpiti, che gli hanno insegnato l'arte del dialogo e del confronto. Chi ha ancora il contatto diretto con la gente dovrebbe sentire suo questo impegno a sanare la "frattura narrativa" prima che l'incomunicabilità paralizzi del tutto il Paese.

Rocco D'Ambrosio [sacerdote-docente, Cassano, Bari]

Gianluca Perini [commerciante, Ripe, Ancona]

Maria Patrizia Spinaci [psicologa, Senigallia, Ancona]

[Francesco Spinozzi, ricercatore universitario, Senigallia, Ancona]

Giandiego Càraastro [consulente legislativo, Senigallia, Ancona]

Federica Spinozzi [docente, Senigallia, Ancona]

Tiziano Belardinelli [impiegato, Senigallia, Ancona]

Silvia Santini [insegnante scuola secondaria, Senigallia, Ancona]

Morena Torreggiani [insegnante, Serra de' Conti, Ancona]