

Mass-media e futuro del mondo

tavola rotonda con
MAURIZIO CHIERICI, del «Corriere della Sera»
CLAUDIO RAGAINI, Caporedattore di «Famiglia Cristiana»
ARRIGO BUONGIORNO, di «Avvenire»
MAURO MARANGON, di «Il Guado»



I partecipanti alla tavola rotonda.

MAURIZIO CHIERICI Giornalisti e lettori: a ognuno le sue responsabilità

Nei mass-media, gli attori sono due: chi trasmette e chi riceve. C'è il problema di trasmettere bene, ma c'è anche il problema di ricevere bene. Prendiamo l'esempio dei «desaparecidos»: per cinque o sei anni, tutti i giornalisti che andavano in America Latina raccontavano queste cose sui «desaparecidos», e la RAI-TV, nei telegiornali e nei servizi speciali, presentava questa realtà. Ma nessuno si è mai mosso.

Poi, improvvisamente, in questi elenchi tremendi, sono apparsi 39 italiani e di colpo è scoppiata la bagarre. E la cosa buffa è che spesso, in incontri e dibattiti, delle persone si sono alzate e hanno chiesto a noi giornalisti: «Ma perché non ce l'avete mai detto?». E allora siamo stati costretti a girare con pacchi di giornali, per dimostrare che da molti anni l'avevamo detto. Voglio dire che il problema dell'informazione non passa solo attraverso chi trasmette l'informazione, ma anche attraverso chi riceve — o non riceve — l'informazione.

L'informazione che i giornali danno è, complessivamente, abbastanza corretta. Quello che in Italia non è corretto è il commento. I canali dell'informazione sono gli stessi per tutti ed hanno una loro validità. Dove la situazione italiana è assolutamente provinciale

e inadeguata, è nel commento.

Ai giornalisti capita di trovarsi in situazioni tragiche per quello che vedono, per esempio, in Salvador o a Beirut. Con noi, in queste situazioni, c'erano anche i giornalisti americani che raccontavano le cose che succedevano. E poi c'erano i commentatori americani, che leggevano i giornali, compravano libri, ascoltavano informazioni alternative, e poi, una volta alla settimana, facevano la loro analisi, analisi corretta.

I nostri moralisti politici erano a Cortina — era estate, mentre noi eravamo a Beirut — e di lì raccontavano delle cose che noi abbiamo letto al ritorno: erano talmente paradossali e ridicole da farci vergognare.

Il nostro Paese è di una cultura recente, per quanto riguarda l'informazione, e i nostri politici non sono molto preparati a fare analisi: il giudizio dei nostri commentatori-moralisti influisce notevolmente sul giudizio dei politici con conseguenze facili da immaginare.

In Unione Sovietica, ci sono giornali di quattro/sei pagine di comunicati ufficiali. In un Paese che ha 250 milioni di abitanti, per capire se un personaggio politico ha successo o è caduto in disgrazia, bisogna scorrere la lista delle presenze alla festa del 1° maggio: si potrà allora sapere se è ancora al sedicesimo posto, o se è caduto al ventiquattresimo.

Negli USA, le cose sono diverse: il «New York Times», la domenica esce con mille pagine. A New York ci sono quattordici canali televisivi che trasmettono 24 ore su 24 con dei flash del telegiornale ogni 50 minuti. E c'è da aggiungere una quarantina di radio. Con un volume così vasto di informazioni, come si orientano gli americani? Con delle riviste, che hanno la funzione dei notai della situazione mondiale e del Paese. Queste riviste, ogni settimana, danno la giusta prospettiva di importanza e di valutazione ai maggiori avvenimenti interni e internazionali. È questa la funzione dei settimanali.

I settimanali ci sono anche da noi, in Italia; ma, purtroppo, sono mal utilizzati e non svolgono questo ruolo. Si limitano, molto spesso, alla preziosità della carta e al grande uso del colore. I grandi servizi a colori richiedono più tempo di stampa e vanno programmati con quindici giorni di anticipo, su argomenti che si suppone saranno di attualità quindici giorni dopo. In Italia manca la lettura critica e prospettica settimanale degli avvenimenti.

Riguardo al potere della stampa, io dico questo: è vero che i giornalisti subiscono pressioni da parte dei loro datori di lavoro; è vero che il potere influisce sulle grandi agenzie di stampa; ma è vero anche che ognuno di noi ha la sua fetta di potere e la esercita.

In Salvador, si pesca molto pesce



Futuro della cultura o futuro delle culture? Si avverte l'esigenza di una concezione sinfonica delle culture e di un dialogo delle civiltà.

CLAUDIO RAGAINI Il Terzo Mondo interessa ancora solo politicamente

L'informazione, in Italia, sta scontando peccati passati. Negli anni '60, ci fu da noi l'orgia di scoperta dei Paesi lontani. Io ricordo la copertina di un grande settimanale italiano che portava la strage dei Vatussi, tutta a colori. Furono molti gli esempi di una valutazione esotica del Terzo Mondo, senza mai un accenno a problemi come quelli dell'interdipendenza economica. C'è voluta la crisi del petrolio del '73 per metterci davanti ad una prospettiva un po' diversa. Da allora qualcosa, forse, è cambiato; fino ad arrivare ad oggi, quando l'informazione sul Terzo Mondo è certamente più corretta, rispetto ad alcuni anni fa.

C'è una presenza maggiore di articoli approfonditi. Il motivo è che, da qualche anno, il Terzo Mondo ha acquistato un significato politico. Mi risulta che la RAI ha ricevuto disposizioni dalla Commissione di vigilanza di occuparsi più frequentemente dei problemi della fame nel mondo, da quando di questi problemi si è parlato in Parlamento. L'opinione pubblica, però, mi pare sia ancora insufficientemente informata sui reali problemi del Terzo Mondo: e la funzione dei mass-media, in questo settore, va ulteriormente incrementata.

Come orientarsi nel ginepraio delle informazioni che si ricevono? Credo sia importante anche la specializzazione. Prendiamo, ad esempio, i problemi del Terzo Mondo. In Italia, le testate specializzate, in questo settore sono due o tre in tutto. Naturalmente, togliendo tutta la massa delle pubblicazioni missionarie, che sono un capitolo a parte.

Il giornalista professionalmente corretto deve raccontare quello che vede, verificando coscienziosamente quello che trasmette: ci sono statistiche, ad esempio, che passano da un articolo all'altro e che non sono mai state verificate da nessuno, e che sono infondate o assurde. Si continua a dire e a scrivere, ad esempio, che i morti per fame nel 1981 sono stati 50 milioni, quando, nel 1981 i morti in tutto il mondo sono stati 48 milioni.

ARRIGO BUONGIORNO Prostituirsi alle emozioni, alle mode e al consumismo, o educare le coscienze ai valori?

Credo anch'io sia indispensabile un esame di coscienza, sia da parte di chi

scrive, sia da parte di chi legge. La domanda è: quale, e quale deve essere il ruolo dei mass-media per il futuro dell'uomo? È evidente che mai come nel nostro tempo, tra informatica e politica planetaria a base di minacce atomiche, ma anche di sviluppi scientifici strabilianti, la responsabilità del giornalista resta gravissima. L'universalità dell'informazione che ingabbia il mondo e i singoli individui in una rete audiovisiva, a scapito — per molti aspetti — della vita interiore, costituisce la ragione spesso inconscia di un senso di smarrimento.

La ricerca delle emozioni facili e momentaneamente gratificanti è facile strumento nelle mani di concorrenti sleali dell'informazione: gli uomini della pubblicità, i propagandisti del consumismo. Ecco perché l'informazione giornalistica diventa più agguerrita, ma spesso anch'essa pericolosamente tentata di calcare il terreno emotivo, che prolifera da un mondo che, oltre che sorbirsi enormi dosi di pubblicità, si affida volentieri al raccontare cinematografico a danno della parola scritta, e cioè ruba progressivamente spazio alle energie interiori dell'uomo. Sappiamo tutti quanto i giornali politici o religiosi vivano una crisi perenne, ma è altrettanto significativo che il giornalista per così dire libero da ipoteche ideologiche o da ispirazioni religiose — il cosiddetto laico — è anch'esso condannato a pagare il prezzo di questa situazione, o perdendo lettori, o avvicinando il proprio linguaggio e i propri temi alle mode.

Se c'è un fenomeno del quale non sempre il giornalista è consapevole, è che la cosiddetta crisi dei valori rappresenta una conseguenza, non una causa, della disintegrazione delle comunità tradizionali, compresa la crisi della famiglia. L'allargamento degli orizzonti conoscitivi e informativi, prodotto dalla proliferazione, dal bombardamento dei mass-media elettronici, ha provocato l'atomizzazione dell'opinione pubblica. In pratica, zone superficiali della stessa opinione pubblica sono compatte nella ricezione dei messaggi consumistici e demagogici e frantumate nella comprensione e nell'elaborazione autonoma dei messaggi spirituali.

Ecco il bivio di fronte al quale il giornalista si trova nel nostro tempo pur disponendo di mezzi ogni giorno più potenti per comunicare: da un lato, la tentazione di puntare sulla parte emotiva del lettore, dall'altro l'impegno di penetrare nelle coscienze per svi-

che viene seccato, macinato e se ne fa farina altamente proteica. In Salvador, l'87% delle madri che mette al mondo dei figli, non nutrendosi di proteine nelle ultime quattro settimane di gestazione, mette al mondo dei figli fisicamente o psichicamente tarati. Le multinazionali, però, usano questa farina altamente proteica per fare cibo per 20 milioni di cani e per 30 milioni di gatti in tutto il mondo. Una certa parte di questo cibo per cani e gatti viene anche in Italia.

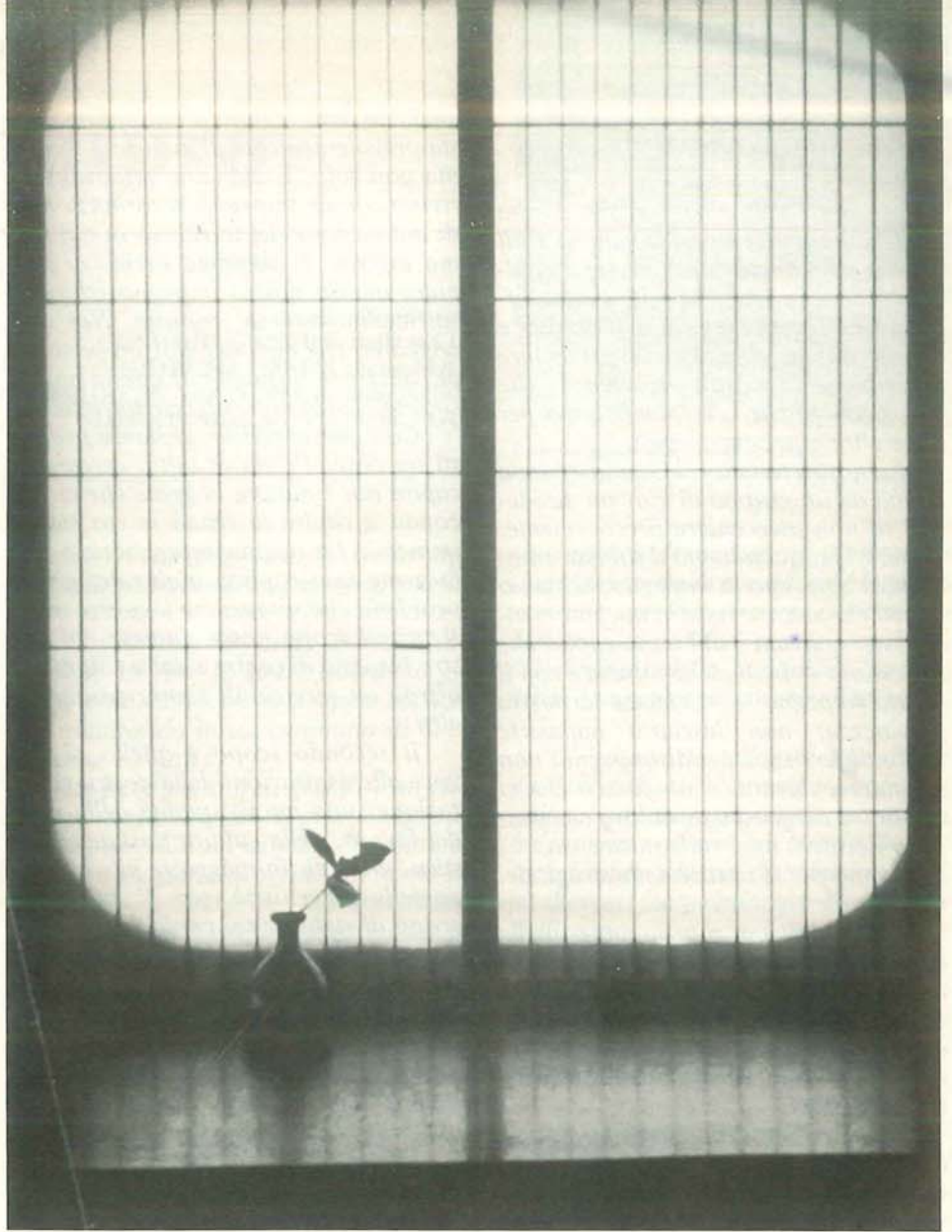
Sul «Corriere della Sera», io ho raccontato queste cose. Ebbene, ho ricevuto un mucchio di lettere di questo tipo: «Mi rendo conto dell'infelicità di queste madri, mi rendo conto del dramma del Terzo Mondo, ma io sono una maestra in pensione, non ho nessuno, ho solo un cane, e non potrei tenerlo nella mia casa senza questo cibo per cani».

Avrà ragione anche lei; però è vero che il potere l'abbiamo anche noi e lo esprimiamo. Noi siamo qui a parlare del Terzo Mondo, ed è giusto; ma c'è un Terzo Mondo anche in casa nostra: quelle migliaia di «desaparecidos» di casa nostra, che sono i drogati, per esempio. Pensate seriamente che l'opinione pubblica e i politici sentano davvero il problema della tossicodipendenza?

lupparne le potenzialità morali e civili. Chi opera nei mass-media è perennemente condannato a stare sul chi vive ed ora più che mai sente che neppure i valori che egli riesce talvolta a trasmettere fruttano o fioriscono secondo le aspettative. Ne sanno qualcosa i giornalisti dei quotidiani politici, che possono constatare come le ideologie stesse a cui ispirano il loro lavoro, spesso servono al lettore per mascherare a sé e agli altri interessi spesso egoistici. La cosiddetta crisi delle ideologie, appunto, è il risultato dell'affiorare di questo autoinganno a cui l'uomo si abbandona quando non viene segnato da autentiche ragioni destinate a penetrare nel profondo della sua coscienza.

Allora nascono almeno due conclusioni: la prima è quella di sostenere che siamo ancora nell'età barbarica delle nostre idee, del nostro rapporto col mondo delle idee: esse attendono ancora di essere civilizzate; e noi stessi, in fondo, siamo poco civilizzati, anche nelle nostre dispute ideologiche e perfino scientifiche. È per questo che occorrerebbe creare una scienza nuova, la scienza delle cose dello spirito, a cui competerebbe di esplorare questo continente. Alle ideologie l'uomo più ingenuo del nostro tempo chiede perfino quello che chiedeva un tempo agli dei o a Dio: protezione, aiuto, conforto. In questo tipo di rapporto errato, risiedono l'inganno, lo stato d'angoscia in cui viviamo, per l'inevitabile conseguente conflitto con gli altri, siano le classi sociali o le nazioni avversarie.

Dall'inganno e dall'autoinganno delle ideologie — fenomeno dal quale forse il mondo sta uscendo, ma per il quale rischia forse anche l'olocausto totale — si sta tuttavia passando alla percezione che una società più umana, una comunicazione più leale tra gli individui e i popoli è possibile. Gli strumenti fin qui usati per amalgamare le masse, o a fini di consumismo materiale o a fini di imbonimento ideologico, possono trasmettere sempre più messaggi pacifici e liberatori. Non a caso a questo Convegno, a testimoniare non solo la crisi ma anche le necessità e le speranze dell'uomo, sono presenti personalità di vari Continenti e soprattutto di quelle regioni economicamente depresse, la cui civiltà non teme di confrontarsi con il prepotere tecnologico ed economico delle regioni ricche. Un confronto, questo, che la stampa europea — e quella italiana, in particolare — ha registrato finora in modo frammentario e provvisorio, non rendendo-



Dalla politica del «loro», bisogna passare alla politica del «noi»: è il nostro modo di vivere che può e deve mutare, il nostro modo di pensare, di produrre, di consumare.

si conto che gli strumenti di cui dispone possono e moralmente devono arricchirsi di tutti gli ideali e di tutte le elaborazioni possibili, per offrire ai lettori informazioni atte a provocare la parte profonda e universale della loro coscienza.

Certo, viviamo in un momento di angoscia, di minacce, di frantumazioni; eppure esistono popoli — quelli del Terzo Mondo — che ci dimostrano come sia possibile convivere con l'angoscia, senza perdere la speranza. È questo messaggio, è questo tipo di forza che il giornalismo moderno è chiamato a diffondere e sostenere.

Il futuro dell'uomo, per chi opera nei mass-media, ma in generale per chiunque ha a che fare col prossimo, mi pare si affidi a un mutamento progressivo dell'atteggiamento etico nei confronti della complessa realtà del

2000. Dalla frantumazione, dall'atomizzazione delle coscienze, operata dal consumismo e dalle ideologie, ci sembra possibile procedere verso una universalità che, responsabilizzando il singolo e rendendolo cosciente della sua umanità, mai banale e sempre piena di dignità, rifondi in qualche modo la vita, secondo un'uguaglianza e una giustizia non utopica, ma sana, lucida, dialogica, in grado di far convivere culture e società diverse, e non per questo obbligatoriamente antitetico. L'esperienza dei missionari e di chi contribuisce a valorizzare i fermenti creativi di civiltà radicalmente diverse dalle nostre, credo che potrà insegnare molto su questo tema del futuro dell'uomo; anche a noi giornalisti potrà insegnare molte più cose di quante siamo per ora in grado di intuire, di immaginare o di testimoniare.

MAURO MARANGON
La voce delle piccole testate

Mi sembra di essere un filo d'erba fra le querce. Comunque, anche i fili d'erba, a volte, possono servire a qualcosa. È anche vero che i fili d'erba difficilmente si vedono a colpo d'occhio, e quindi mi sia concesso di presentare brevemente la nostra esperienza, che può avere anche un valore tipico per tante altre esperienze simili.

La nostra testata « Il Guado » è stata voluta da un gruppo di giovani desiderosi di non invecchiare precocemente. Tre anni fa, quando già il riflusso smobilitava ogni tipo di impegno, ci siamo chiesti che senso avesse in quel momento essere giovani e abbiamo capito che dovevamo — in qualche misura e con il nostro impegno — riscattare la nostra giovinezza, non lasciarla appassire nell'indifferenza e nel disimpegno, non arrenderci davanti a un futuro che ci sembrava confiscato da coloro che possono decidere oggi sulle nostre vite. Ci colpivano poi le notizie delle stragi, dei morti, delle rivoluzioni in America Latina. Ci colpivano morti, come quella di Oscar Romero; ma ci colpivano anche i morti della nostra società: tanti nostri coetanei che avevano rinunciato a vivere pur continuando fisiologicamente a esistere: tanti tossicodipendenti, per esempio.

Il nostro impegno è partito da qui, dalla volontà di non rassegnarci. E abbiamo trovato, in alcune parole che scriveva in anni molto bui don Primo Mazzolari, una via, una strada: « Ci impegnamo noi e non gli altri; unicamente noi e non gli altri; né chi sta in alto né chi sta in basso; né chi crede né chi non crede. Sappiamo di non poter nulla su alcuno, né vogliamo forzare la mano ad alcuno, devoti come siamo e come intendiamo rimanere al libero movimento di ogni spirito. Noi non possiamo nulla su questa realtà del nostro mondo di fuori, poveri come siamo e come intendiamo rimanere. Se qualche cosa sentiamo di potere — e lo vogliamo fermamente — è su di noi, soltanto su di noi. Il mondo si muove, se noi ci muoviamo; si muta, se noi ci mutiamo; si fa nuovo, se qualcuno si fa creatura nuova; imbarbarisce, se scateniamo la belva che è in ognuno di noi. L'ordine nuovo incomincia se qualcuno si sforza di divenire un uomo nuovo ».

E allora siamo partiti con questa piccola rivista: 1500 copie, soprattutto a diffusione locale, ma selettivamente

anche in altre regioni d'Italia; una rivista prevalentemente di cultura politica, ma non solo. E abbiamo affiancato la rivista con un impegno di formazione e di animazione del territorio in cui siamo inseriti. E abbiamo deciso di animare questo nostro impegno con una spiritualità intensa, robusta. Noi non crediamo che oggi dei giovani possano affrontare le difficoltà di questa nostra società, senza una robusta spiritualità.

Con questa rivista, ci siamo proposti tre cose. Prima di tutto, cercare di capire noi e aiutare la gente che ci circonda a capire la realtà in cui siamo immersi. La nostra impressione è che la gente non capisca molto dei grossi problemi che sovrastano le nostre teste. Il primo scopo nasce dunque dal nostro bisogno di capire e dalla volontà di offrire un servizio di comprensione ad altri.

Il secondo scopo è quello di dar voce alle aspirazioni della nostra generazione: una nuova qualità della vita, del lavoro, della cultura postmaterialistica, uno spazio maggiore alle esigenze della soggettività, ecc. E, infine, lo scopo di stabilire un contatto con altre realtà simili alla nostra: obiettori di coscienza, gruppi pacifisti, gruppi ecologisti, movimenti per le donne, gruppi di volontariato. Nostro scopo è anche quello di costruire una ragnatela di rapporti che colleghi e faccia circolare queste idee, che sono semi di speranza.

Lo si potrebbe chiamare un tentati-

vo di mediazione culturale. Fino ad alcuni decenni fa, la cultura della gente era trasmessa dalle istituzioni tradizionali. Ora la diffusione enorme di radio, TV e giornali, ha rivoluzionato la comunicazione e la cultura della comunicazione. In questa situazione nuova, la scuola italiana, ad esempio, che cosa ha fatto? Io sono uscito dalle Medie Inferiori senza aver mai visto un quotidiano. Ora, i quotidiani sono entrati, sì, nelle scuole, ma è discutibile il modo con cui vengono utilizzati. Altro problema è costituito dalle TV: i bambini anche delle elementari, non ricevono aiuto per affrontare quel grande educatore anonimo che è il televisore, che incide sulla loro formazione molto più che non le ore di scuola.

Le piccole testate nascono proprio come esigenza di filtro della grande informazione, e cioè come un tentativo di rompere, a livello molto debole ma reale, determinati schematismi dell'informazione. Il fatto di mescolare le carte e il tentativo di portare un po' di chiarezza, ci sembra utile. Questo uso della soggettività è importante anche per un altro motivo: è caratteristico della grande informazione avere pochi trasmettitori e una moltitudine di ricettori, i quali si vengono a trovare in una posizione di assorbimento passivo. Le piccole testate vorrebbero essere proprio una voce dei ricettori, pur essendo essi stessi dei piccoli mass-media che intendono creare opinione.

È triste e disumano che il nostro benessere si fondi sullo sfruttamento di gente che non conosciamo, sulla emarginazione di fratelli più deboli, sulla eliminazione di coloro che non acconsentono. È triste e disumano, ma è vero.

