

>>>> **comunicazione / cattive notizie****Da Capocotta a Casoria**>>>> **Massimo Bordin**

Da un punto di vista giornalistico la storia meritava, eccome se meritava. Una via di mezzo fra “Gomorra” e “Carramba che sorpresa!”. Il corteo di auto scure, potenti e, naturalmente, blindate attraversa nella notte il desolato hinterland napoletano e giunto alla periferia di Casoria si infila nel parco di un ristorante per matrimoni. Ma non è un summit. Gli uomini con le armi sotto la giacca scortano il presidente del Consiglio. Si accendono le luci e “Silvio...è qui!”. Per la felicità di una bella ragazza di Portici che festeggia i suoi primi diciott’anni. Logico che l’articolo con la cronaca della singolare serata del premier, raccontata solo da *Repubblica*, stimolasse la curiosità e la concorrenza dei quotidiani rivali. E così il giorno dopo esce sul *Corriere della Sera*, firmata da un redattore della cronaca napoletana, una intervista alla neodiciottenne che cinguetta quanto le abbia fatto piacere che “papi” le sia stato vicino il giorno del suo compleanno e le abbia donato un bel collier di brillanti. Come, “papi”? Lo chiama così da sempre, precisa, è un vecchio amico di famiglia. La frittata è fatta.

Teniamo a mente che tutto nasce da due articoli che arrivano da Napoli, lontano dalle redazioni centrali dei due quotidiani. Quello che è successo dopo e che ha monopolizzato pagine di giornali e dichiarazioni di portavoce – con l’inevitabile entrata in scena della signora Lario-Berlusconi – offre lo spunto per una serie di considerazioni sullo stato dell’informazione nel nostro paese, e anche del dibattito politico, naturalmente.

Lo scoop della “notte di Casoria” arriva quando già sulla stampa ferve il dibattito sulla eccessiva galanteria del premier e, in particolare, sulle candidature di belle

ragazze, veline televisive principalmente, di cui il Cavaliere voleva infarcire le liste per le elezioni europee. Il dibattito ha visto indignata l’opposizione e molto critica una parte del PDL, vicina a Fini, tanto da coniare un termine, “ciarpame”, che verrà, dopo Casoria, fatto proprio da Lady Veronica. In particolare è stata la combattiva direttrice dell’*Unità* a pubblicare i pezzi più vibranti di indignazione e anche quelli con i retroscena più pruriginosi.

Un governo che annovera le Carfagna e le Brambilla non può stupirsi di questo tipo di attacchi. Sarebbe stato meglio per tutti però se la critica fosse rimasta ancorata al sistema elettorale che priva l’elettore della possibilità di selezionare i candidati con la preferenza. Quando, invece che eletti, i parlamentari sono nominati può venire la tentazione all’Imperatore di nominare se non il cavallo almeno qualche favorita. L’“effetto Caligola” comunque c’è. E qui conveniva fermarsi. Perché se ci si mette a sindacare le candidature in sé, si rischia di far scivolare su un piano inclinato i fondamenti della rappresentanza democratica. E questo scivolamento per la verità è iniziato nel nostro paese già prima di Berlusconi, nel 92-93. Occorrerebbe attestarsi sul principio democratico che chiunque può essere candidato. Questo deve valere per gli indagati, per i condannati che godono dei diritti elettorali e per le veline. Altrimenti si consolida un principio oligarchico di “Parlamento dei migliori” che fa a cazzotti con il concetto di democrazia. Liberissimo Travaglio di attaccare i politici a colpi di carte di Procura, ma a patto che per i suoi bersagli resti fermo il diritto di candidarsi. Ovviamente ciò deve valere anche per le favorite dell’Imperatore, fermo restando il diritto dei cittadini di scegliere (che oggi non c’è) dopo essere stati complessivamente informati, altro diritto che latita, e non da oggi. Ridico-

la, invece, la difesa politica delle sue candidate da parte del Cavaliere: “Hanno tutte la laurea!” E allora? E cos’è, una campagna elettorale o un concorso per titoli? In realtà Berlusconi, esattamente come Travaglio, pensa al “Parlamento dei presentabili”, che in democrazia non esiste. Esiste in Iran dove una apposita commissione guidata da un fiduciario dell’Ayatollah “Grande Guida” valuta preventivamente le candidature. Dove invece il popolo è sovrano, sceglie secondo criteri che non possono essere predeterminati dall’alto. Fin qui la politica. Quanto alla cronaca, oltre quei due articoli da Napoli, c’è ben poco. Molte pagine ma poche notizie. La controffensiva mediatica del Cavaliere è stata non solo efficace ma anche altamente simbolica. Ha scelto i due giornali – *Corriere* e *Stampa* – da cui erano appena stati sloggati direttori ritenuti ostili e insediati eccellenti professionisti ai quali il premier ha concesso in contemporanea un’ampia intervista. Dove però le domande che era logico attendersi non sono state fatte. È difficile non pensare che quelle due pagine rappresentino i rapporti di forza all’interno del mondo della carta stampata. Infine resta una domanda: vale la pena cercare scorciole extra – politiche per far cadere un governo? L’esperienza, non solo quella relativamente recente, dice che comunque non serve perché non aumenta il consenso e non è nemmeno detto che funzioni. C’è un esempio classico che certa sinistra ha da tempo dimenticato. Negli anni '50 il PCI si buttò ventre a terra sul “caso Montesi”. Aumentarono le vendite dell’*Unità* ma la CGIL perse le elezioni interne alla FIAT e Togliatti se la prese coll’allora direttore Pajetta: “Era meglio se ti occupavi un po’ più di fabbriche e un po’ meno di Capocotta”. Dopo mezzo secolo, invece di Pajetta c’è Travaglio e al posto di Togliatti c’è Franceschini.

>>>> **comunicazione / schermo piatto****Il delitto perfetto**>>>> **Daniela Brancati**

Nel numero 1 di questo giornale e di questa rubrica, alla riga numero 1 scrivevo: “Fra le domande dei giornalisti ce n’è una che non sopporto proprio: *cosa prova?*, rivolta a chi ha perso un parente stretto. Il giornalista a caccia di scoop pensa: prima o poi un padre contento della morte del figlio lo troverò, e allora...”. E allora, poiché al peggio non c’è fine, eccomi qui al numero 3 di questa rubrica e di questo giornale letteralmente allibita. Parliamo del terremoto in televisione. È stata la saga delle banalità, il festival delle domande a tal punto stupide da parere sconce. L’orgia del *cosa prova* in tutti i formati, dal telegiornale allo speciale, dalla diretta al servizio precotto. È stata la più incredibile prova della tv che celebra se stessa e il potere, in barba ai lutti e agli eventi tragici. Abbiamo visto, lo dico per sommi capi perché l’avremo di sicuro visto tutti, una demente che crede di fare la giornalista svegliando sfollati che dormono in macchina e puntando loro una luce negli occhi mentre chiede giuliva: perché state qui? Abbiamo visto Lamberto Sposini spazientito chiedere a uno dei vigili di sbrigarsi a rispondere perché lui doveva chiamare la pubblicità. Abbiamo visto un’altra sedicente giornalista chiedere a un’anziana salvata dalle macerie dopo ore e ore, mentre emergeva nelle braccia di un vigile del fuoco: signora, è contenta? Non paghi, abbiamo sopportato Bruno Vespa, in trasferta sopra un pavimento crollato, dire sventolando un peluche biondo: “non c’è terremoto in cui non si vedano cose così dolorose”. O ama i peluche o presume che sia morto un bambino, ma non è detto e scusate se nella fretta il bambino si è salvato e il peluche è morto. Il peggio è stato il Tg1, ancora

secondo il rito Riotta, che ha fatto il suo canto del cigno sparando una raffica di cifre per dimostrare che il suo telegiornale è stato leader degli ascolti grazie ai poveri morti dell’Aquila e alla nostra partecipazione di persone che, non lavorando in tv, hanno conservato tratti di umanità e hanno a cuore la sorte degli altri. Loro invece hanno a cuore solamente lo share auditel che, grazie alla disgrazia, è volato in alto.

Questi i fatti. Ed ecco alcune considerazioni. Non quelle che per prime vengano alla mente: il giornalismo è morto e ha ceduto il passo allo sciacallaggio. No, ciò che mi preme è l’incredibile presa, l’incredibile potere che una telecamera esercita sulle persone. Come è possibile che uno che dorme in automobile per settimane, uno che ha perso tutto, risponda a chi gli chiede perché non sta comodamente in un letto a baldacchino? Non sarebbe normale prenderla a male parole e dirle guardi che i pochi momenti di pace sono mentre dormo, vada a fare l’idiota da un’altra parte? Invece diverse persone educatamente hanno fatto presente che la loro casa era inagibile. Educatamente e pazientemente. Come se ognuno sapesse che la tv è un gioco e ha delle regole fisse. Tu fai il conduttore, io la comparsa. Tu fai l’intervistatore e io mi faccio intervistare. Viviamo tutti in un grande palcoscenico e non vale quanto drammatiche siano le situazioni. Prevalere la parte che siamo chiamati a recitare. Mi torna in mente Jean Baudrillard, il filosofo e sociologo francese che scrisse *Il delitto perfetto*. *La televisione ha ucciso la realtà?* Baudrillard spiegava che la realtà virtuale giorno dopo giorno distrugge la realtà vera e propria, mantenendone delle tracce per creare l’illusione del reale. Tutto quello che riteniamo reale è sparito da tempo, ma i media ci impediscono di rendercene conto, proponendoci al suo posto la realtà virtuale da essi creata.

Ogni volta che vedo in tv scene come quella descritta, di gente che si presta rassegnata e a volte felice di essere sul piccolo schermo, a piangere e ridere a comando, a ripetere le stesse cose che ha sentito mille volte, a far parte della rappresentazione, ogni volta penso che il delitto perfetto è ormai avvenuto: la realtà è stata uccisa dal virtuale. E noi, anche quando ce ne rendiamo conto, non vogliamo prenderne atto perché preferiamo coltivare le nostre illusioni. D’altra parte quelli che si riempiono la bocca di economia all’americana, società all’americana e via così, l’unica cosa che escludono per l’Italia è l’informazione all’americana. Dove, ne siamo certi, uno spettacolo come quello del presidente del consiglio che parla sempre senza contraddittorio, di finte conferenze stampa, di folle sempre felici e osannanti, sarebbe improponibile. Chi gestisce la tv ha in mano un incredibile potere, ma non sa cosa farsene. E allora lo mette al servizio del potente di turno che ci stordisce con continue esibizioni di cifre e numeri che difficilmente puoi contestare perfino nel tuo foro interiore, perché potrebbero essere vere o finte: chi lo sa, sono talmente tante e sempre diverse. Quel triste spettacolo che chiamano informazione, in realtà non avrebbe dignità di essere rubricata nel giornalismo, al più nella docu-fiction. Il potente ci può raccontare che gli asini volano, tanto ormai gli asini non sappiamo più come sono fatti, se hanno le ali o no, e potremmo facilmente scambiarli per angeli. Possiamo anche credere che la moglie del primo ministro, un signore con cui ha fatto tre figli e condiviso alcuni decenni di vita, lo lascia perché legge la *Repubblica*.

In questo mondo c’è una cosa che accomuna tutti: conduttori e giornalisti, intervistati e comparse, spettatori: l’importante è esserci. Se non sei in tv o davanti la tv non esisti. Il resto non conta.

Se il virtuale è troppo reale

>>>> Emanuele Scimia

Il web ha lasciato molti caduti sul campo di battaglia da quando ha invaso le nostre vite. Cambia incessantemente le abitudini di ognuno di noi, relegando quelle vecchie, ormai logore e consunte, nell'album dei ricordi. Il coma cerebrale in cui è sprofondato il vecchio e amato Atlante geografico, quello che in tanti abbiamo sfogliato con voracità, immaginandoci in luoghi lontani ed esotici, è solo uno dei tanti esempi al riguardo.

“La vecchia cartina geografica rischia di sparire”, è il grido di dolore lanciato recentemente da alcuni geografi dalle colonne del *Corriere della sera*. Il che significa, per la cartografia italiana, la perdita di una tradizione e di un patrimonio plurisecolare. Senza contare, naturalmente, che il ridimensionamento del settore incide anche sulle vicende personali di molti addetti ai lavori, che vedono ridursi le opportunità di impiego.

Addio, dunque, ai vecchi e romantici viaggi fatti ‘a occhi chiusi’, con la Guida Michelin accartocciata nel cassetto della propria vettura. “E’ lo *Zeitgeist*, lo spirito dei tempi, che cancella la mistica dell’ignoto e della scoperta!”, esclamerebbe serafico il filosofo. Quasi una beffa per un popolo di navigatori ed esploratori come il nostro. Il boom delle mappe online, di Google Maps, del navigatore satellitare, come la possibilità di stampare gratis una cartina ‘usa e getta’ con un semplice click, ha portato il mondo sul palmo della nostra mano. Bisognerà farsene una ragione. Il consumatore medio si sente più attratto dalla convenienza e dall’immediatezza di una fotografia satellitare, che da una carta geografica tradizionale: una com-

plexa rappresentazione carica di valori. Il problema di fondo che minaccia una mappa cartografica tradizionale è lo stesso che affligge al giorno d’oggi un articolo di carta stampata: entrambi si trasformano in un pezzo di storia nell’esatto momento in cui sono parloriti dalle rotative di una tipografia.

È indubbio, come sostenuto dalla gran parte dei cartografi, che la complessità dei dati geografici può portare a soddisfare esigenze diverse. L’immagine cartografica è cosa ben diversa da una foto satellitare, perché interpreta e rielabora uno spazio, raffigurando determinati fenomeni che lo interessano: una mappa è pur sempre una astrazione, una rappresentazione di idee, cosa che una fotografia non potrà mai essere. Diversificare il prodotto può aiutare certamente alla sopravvivenza del nostro



caro Atlante, ma questa operazione sarà destinata al sicuro fallimento se non sarà affrontata in chiave di innovazione.

Per salvarsi, la tradizione cartografica italiana dovrebbe forse uscire da quella nicchia d’elite in cui si è autoconfinata e sfidare la concorrenza sul suo stesso terreno. La complessità e velocità del mondo attuale richiedono alla nuova generazione di cartografi di sfornare carte chiare e attraenti, che permettano – quasi in tempo reale – di rappresentare l’evoluzione di una specifica situazione (fisica, geopolitica, economica, turistica, ecc...). Il lettore che setaccia il web ha desiderio di informazioni, perché non offrirgli allora una vasta gamma di *e-map* per tutte le sue esigenze?

Alla stregua del ruolo assunto dal *web-editor* e dal *blogger* in ambito giornalistico, il *web-cartographer* potrà tracciare in quello cartografico una nuova frontiera, che significa anche un nuovo mercato, magari un po’ più aperto e competitivo dell’originale. I mezzi tecnologici per raggiungere lo scopo certo non mancano, anzi sono tali da garantire un costante aggiornamento delle informazioni, permettendo allo stesso tempo di conservare il dato storico. Il target dei consumatori in questo senso è illimitato, perché abbraccia il vasto pubblico, il mondo accademico e quello specialistico.

Non è pertanto tempo di necrologi o ‘coccodrilli’. C’è spazio per una nuova eccellenza italiana nel campo delle produzioni cartografiche. Se le abitudini degli individui mutano, questo non vuol dire che si debba abbassare l’offerta. Ciò che può e deve cambiare è il veicolo di trasmissione. Nel caso delle cartine geografiche, a vantaggio di tutti: del ‘freddo e calcolatore’ viaggiatore moderno, del cattedratico che trasmette il sapere o del semplice appassionato.