

«Quanti errori dei media nel raccontare il dramma»

● **Intervista al sociologo Mario Morcellini: «Lo spettacolo del dolore invece di renderci indifferenti amplifica la paura del diverso da noi»**

«La realtà non è più narrata per ciò che è ma titolata ad effetto»

Il fenomeno è deformato specie dai talk-show a servizio di chi specula

«Stiamo diventando avidi di cattive notizie, di brutalità»

Maurizio Boldrini

Scorrono, attimo dopo attimo, sui nostri grandi e piccoli schermi, le immagini della violenza, quella vera e quella artefatta. I titoli dei giornali ci rimandano al male perenne e al disordine quotidiano. Entrano negli occhi, e pungono la mente, frammenti di guerre ormai molto vicine e facce di bambini e madri disperate, di templi e chiese distrutte e - insieme a queste, oltre queste - quelle dell'omicidio in diretta dei due giornalisti uccisi da un ex collega. Siamo ridotti ad inermi spettatori di fonte ad un nuovo dilagare della "pornografia del dolore"? La conversazione con Mario Morcellini, uno dei più eminenti studiosi dei media, parte da qui: dalle terrificanti immagini dei Tir che trasportano morte, dalle acque del nostro mare che diventano spugne di vite umane, dai fili spinati che vorrebbero ridividere il mondo in lager e dai grandi occhi di bambini che illuminano il tormento della migrazione. «Ormai è passato un quindicennio - dice - da quando il sociologo francese, Luc Boltanski scrisse e parlò sullo spettacolo del dolore. Ma siamo ancora lì, anzi in maniera ancora più prepotente, visto il nuovo e gigantesco potere dei media. In quel testo si raccontava degli effetti prodotti sul pubblico dalle immagini di guerra e di quelle della violenza quotidiana e si diceva che proprio la dimensione della distanza ci impedisce da farci veramente carico del dolore altrui: insomma lo spettacolo della sofferenza a distanza che finisce per costruire un immaginario nel quale la violenza diventa parte dell'architettura mentale dei cittadini. Oggi dovremmo aggiungerci le immagini della migrazione biblica e quel-

le orrende immagini, propagandate dall'Isis, di corpi straziati e di capolavori dell'umanità distrutti». L'immigrazione, proprio per come viene raccontata, e per il fatto di viverla con la dimensione della distanza, permette di costruire un immaginario che desta paure e finisce per modificare il rapporto tra la realtà e la sua percezione nella testa dei cittadini: «Se domandate ad un italiano qualsiasi - esemplifica Mario Morcellini - quanti siano gli immigrati arrivati in Italia vi parlerà di cifre astronomiche. Ci occupiamo di questi temi collaborando anche con altri centri di ricerca europei e i dati delle indagini più recenti confermano, un po' ovunque, che i cittadini tendono a raddoppiare i dati dell'immigrazione rispetto ai quelli reali. L'ipertraffica trattazione mediatica, specie attraverso i talk-show televisivi, induce alla deformazione del fenomeno, e permette a chi ci specula, di costruirci la conseguente strategia della paura. Anche perché raccontare queste vicende, come il più delle volte si pratica, senza spendere neanche una riga per avviare una spiegazione, rende i giornalisti stessi succubi del fatto. La mediazione giornalistica si riduce alla pretesa di un impossibile rispecchiamento della realtà, proponendo una ricostruzione culturalmente alienata che una eccessiva dilatazione del peso dell'immaginario e delle parole pronunciate in pubblico rispetto alla vita esperibile da ognuno di noi». In sostanza la narrazione dell'immigrazione nei mezzi di informazione italiani è ancora ferma ad un fotogramma stereotipato, nonostante siano molti i cambiamenti della società e stia mutando la stessa figura del migrante. Per Mario Morcellini «la letteratura scientifica e le ricerche sul tema confermano queste tendenze: un linguaggio allarmistico ed emergenziale contribuisce a rafforzare, nel discorso pubblico, la que-

stione sicurezza e a indicare lo straniero come il criminale "per eccellenza" oppure, genericamente, colui che incarna problemi e conflitti della contemporaneità. Questo è il frutto, senza dubbio, degli effetti dei media. C'è una sorta di difficoltà a passare dagli effetti emozionali alla descrizione dei processi reali; a discutere su come le moderne democrazie dovrebbero gestire, sia dal punto di vista finanziario che economico, il fenomeno delle migrazioni di massa. Andrebbe ripetuto ovunque l'esempio che porta sempre il Presidente di Amnesty International: se in una sala siamo in cento e arrivano 13 persone nuove ci organizziamo e risolviamo il problema restando tutti nella sala. Cosa vuol dire? Che la paura dovrebbe lasciare il passo alla capacità di organizzare le soluzioni concrete. O che dovrebbe cessare quella narrazione che presenta gli immigrati solo come assillo: essi sono, in molti casi, una risorsa per le nostre società». Questo atteggiamento riguarda anche le televisioni e la stampa italiana? chiediamo, spostando il ragionamento sui comportamenti del nostro sistema mediatico. Non si sottrae alla questione, Mario Morcellini, anzi è perentorio: «La stampa italiana sem-



bra essere la più avida di cattive notizie e in questo è stata come sollecitata dalla crisi che abbiamo attraversato. I media anziché raccontarla ne sono diventati attori e protagonisti, non aiutando così il paese a superarla, ma ci hanno sguazzato dentro. Nessun paese può reggere ad una pressione del sistema informativo basato sulle cattive notizie, sulle bad news, come le chiamano nel giornalismo nordamericano. Ogni cattiva notizia, si pensa, è una copia venduta in più: è stato, a questo proposito, coniato anche il detto l'edicola della paura; ogni schermaglia nei talk show viene sollecitata per avere un punto di più di share in più e la cronaca nera dila-ga in ogni angolo dei media».

Colonna sonora del nostro scontento

La parola crisi è diventata la colonna sonora del nostro scontento, ha scritto qualche tempo addietro, il mio interlocutore in un editoriale della rivista Comunicazione. Doc nella quale si affrontava il tema di una critica al racconto che i media fanno dell'Italia di oggi. Com'è potuto avvenire questo? Come può accadere che la comunicazione contemporanea lucra sulla crisi? Che funzioni quasi come un eccitante, un doping per i generi e i linguaggi del giornalismo? «La struttura simbolica intorno all'uomo moderno - risponde Mario Morcellini- l'aria psicologica e comunicativa che e egli respira sembra coerentemente orientata al pessimismo nei confronti degli altri. Ecco perché tutto quello che è anti-qualcosa vince. Tutta la comunicazione sembra quasi drogarsi della parola e dei sinonimi della crisi, al punto che possiamo serenamente dire che il cantico della crisi è il tessuto moderno dei media. Come se la copertina della loro funzione sociale contemporanea fosse quella de *L'Urlo* di Munch».

Ormai l'abc delle teorie sul mondo dei media è sconosciuto: sappiamo che le persone tendono a includere o escludere dalla loro conoscenza ciò che i media includono o escludono dalla loro trattazione e sappiamo, anche, che non si può prescindere dal riconoscere la sostanziale e profonda differenza tra la realtà e la sua rappresentazione, tra il fatto e la notizia. Per questo parliamo di catastrofi e catastrofismo, di paure vere e di paure generate. Per esempio di quelle generate da un certo modo di raccontare l'immigrazione. Nota Mario Morcellini: «Come ha scritto poeticamente il regista di *Io non ho paura*, "C"è sempre stata la paura, ma oggi ne siamo pieni. E quando non ce l'abbiamo, ce la inducono". Ebbene, è impossibile non scorgere nell'accanimento narrativo della cronaca di questi giorni una passione non congiunturale del sistema comunicativo italiano verso il catastrofismo. È vero certo, che c'è

un mercato e che gli editori ne devono tener conto, ma forse non è del tutto vero che i giornalisti costruiscano la loro attenzione sui desideri e i bisogni del pubblico. Rispetto al passato c'è una certa capacità di allestire narrazioni drammaturgiche e letterarie ma continua a mancare la capacità di costruire e mantenere empaticamente nel tempo l'attenzione sul tema. Manca il coraggio di tentare, cioè, la via tortuosa del giornalismo di previsione e in questo siamo lontani anni luce da quello che si fa altrove. I giornalisti si limitano a seguire ciò che seguono gli altri giornalisti in una sorta di cortocircuito mediatico. A differenza di ciò che avviene in altri paesi, si tende a lavorare sugli effetti di tendenza, imitando un po' ripetitivamente le scelte degli altri». Veniamo, alla fine di questa conversazione, al drammatico episodio del giornalista che si vendica uccidendo due colleghi e che riesce, freddamente, a rilanciare il macabro episodio attraverso i social. E' un fatto che segna, a detta di Mario Morcellini, uno spartiacque nel rapporto tra media, violenza e paura: «E' uno di quegli episodi che ci segnalano un passaggio di fase e per più di un motivo. Siamo di fronte ad un uso apertamente terroristico di alcuni social; siamo di fronte al fatto, cioè, che le tecnologie moderne vengono usate per scopi apertamente violenti. In questo consiste l'uso terroristico. Non mi riferisco solo a ciò che abbiamo scritto sull'Isis e sull'uso che i fondamentalisti islamici fanno dei media in generale e dei social in particolare, copiando modelli occidentali. Mi riferisco anche ad alcune forme che stanno prendendo campo da noi e che il caso dell'uccisione in diretta dei due giornalisti sottolinea. Analizziamo i comportamenti dell'omicida: è partito con la precisa volontà di uccidere e si dotato, a questo fine, di una doppia arma, la pistola e il telefonino. Due strumenti per dare morte, per dare una morte fisica e al contempo spirituale».

Il male chiama il male: una violenza consumata fino in fondo; un modo non solo per colpire i nemici, le persone odiate, ma anche per trasferire questo messaggio di odio e di vendetta al mondo: «E' come se avesse voluto mostrare - annota l'interlocutore - la sua capacità di colpire: uccidere e avere la freddezza di postare quelle immagini e di mandarle per il mondo, usando anche i social. Questo gesto dell' assassino sottende il fatto che egli avesse la speranza (o la certezza?) che quelle immagini avrebbero ricevuto il plauso e il consenso di una parte dei frequentatori della rete. Poi per fortuna quelle immagini sono state tolte dai principali social, a partire da Facebook; purtroppo però sappiamo che ormai servono pochi attimi e frammenti per provocare disastrosi effetti virali. Com'è successo».