

L'ODORE DEL TEMPO L' indice di ascolto, un flusso informativo sempre più disorganico, il dolorismo della cronaca nera: la 'solitudine' dei fatti e di chi li riceve

Sergio Zavoli

Parlare e ingannare Dov'è la tv che comunica?

E' SOTTO gli occhi di tutti: la televisione, dopo le incertezze create dal mercato (ingresso di nuovi soggetti, innovazioni tecnologiche, spoil system, ma anche redistribuzione di piattaforme, riassetto dei palinsesti, e via così) sta vivendo una fase di assestamento e, a suo modo, di rinnovata vivacità comunicativa, seppure indirizzata non tanto ai quartieri alti della qualità, quanto a orientarsi verso quote più agevoli e redditizie per il medio habitat televisivo. Non appartengo ai pasdaran di una Tv che dovrebbe regolare la vita civile e sociale, e starei al largo da quella, edificante, che pretendesse addirittura di guidarne l'etica e la morale. Rispetto, semmai, una televisione che sappia parlare alla comunità promuovendo curiosità e interessi, come l'intende Aldo Grasso quando ci invita a valutare il ruolo nient'affatto insignificante che finì per avere Mike Buongiorno ai tempi in cui si usava mettere la Tv in gara con le autostrade per indicare il primo fenomeno di omologazione sociale prodotto dal teleschermo. Ma senza inoltrarmi nel "sapere di televisione" di Aldo Grasso, proprio a lui - lo studioso più autorevole anche per aver tenuto sotto tiro, senza risparmi, i "regolatori" della Tv e relativi linguaggi - vorrei fare alcune domande.

E' LECITO dire che la Tv, a partire dall'avvento di quel sistema aritmetico che è diventato l'indice di ascolto, liberatasi dal più pedagogico ed elitario indice di gradimento e appigliandosi a un censimento numerico utile per stabilire la caratura pubblica delle tariffe pubblicitarie, ha di fatto indebolito il compito di tutelare e arricchire il costume civile e culturale del nostro Paese? Perché la parte del corpo sociale più attrezzata in questioni del genere, a partire dall'intellettualità, non ha fatto argine a una deriva che, a sua discolora, veniva attribuita al formarsi di una

nuova dimensione antropologica? Perché le voci critiche non sono mai andate al di là di un ascolto impigrito e svalutato dal più remunerativo riscontro dei criteri commerciali? Perché si è creduto che dovesse essere proprio l'antropologia - che Di Nola declassava a "non scienza" in quanto, per lui, soltanto sistematoria - a dire l'ultima parola su un mondo fatto di parole e immagini, relazioni e confronti, consensi e dissensi, cioè del più straordinario e dinamico scenario della realtà e dell'immaginazione? O il problema non c'è, è altro, sta altrove?

PERCHÉ in tempi pieni zeppi di Tv, dove campeggiano gli aspetti più inquietanti del ruolo televisivo - con le famiglie in imbarazzo e i giovani feriti nei loro ancora fondanti principi - prevalgono i toni reticenti o debordanti, anziché le forme più civili e salutari di una mediazione plurale e responsabile? Perché si è lasciato che la Tv diventasse di anno in anno non solo il nuovo luogo, ma anche la nuova forma della politica? Perché tanta enfasi al dolorismo della cronaca nera, divenuta la risorsa più certa dell'intrattenimento se non, tout court, dello spettacolo televisivo? E si è potuto credere che la gran parte di quanto ci viene offerto dalla Tv per ciò stesso andava giudicato non solo normale, ma anche lecito? Abbiamo o no motivo di qualche allarme, o stiamo perdendoci in labirinti virtuosi, stucchevoli, persino reazionari, limitandoci a reclamare un filtro, cioè delle regole che governino una partita di questa rilevanza? Non è un problema da poco. Se le norme e i controlli non nascono dalle strutture stesse e dai professionisti che vi agiscono, se mancassero gli anticorpi di contrasto, come si potrebbe far fronte a questa esigenza? Allo stato dei fatti dov'è finito l'adescente "di tutto, di più"? La velocità di un flus-

so informativo reso sempre più errabondo e disorganico dalla vertiginosa quantità dei messaggi, e dal loro doversi esprimere spesso al di fuori e persino al di sotto dei loro singoli contesti, provoca non solo frustranti sensazioni d'imprecisione, incompletezza e parzialità, ma anche fenomeni di conformismo e di assuefazione. L'utente avverte che sotto i suoi occhi non si svolge più nessun continuum, che tutto è espunto, collocato ed espresso con la stessa casualità dell'evento e della sua fonte, che il rapporto causa-effetto viene abolito dalla temporale "solitudine" dei fatti e, di conseguenza, di chi ne riceve la notizia.

GLI ADULTI ricorderanno il tempo in cui una bussola appena ragionevole ci orientava tra i fatti e la loro interpretazione per rispondere all'esigenza civile, culturale ed etica di saperne e capirne di più; ma poi si dovette intendere quel "di più" in riferimento agli interessi della triade mercato, pubblicità, consumo. Parlo ovviamente di "grandi numeri", quindi di atteggiamenti in qualche modo già massificati nella loro sacrosanta e incontenibile dose di materialità. Ma allora la rivoluzione mediatica non è stata il cambiamento, secondo lo schema dell'antropologia, ma la velocità del cambiamento, imposta dalle leggi economiche: una gemmazione (o una metastasi) dovuta a esigenze di origine prevalentemente pragmatica e strumentale. Che ne è stato della qualità di un patrimonio tecnico per tanti versi innovativo, efficace, coinvolgente? Non dovremmo domandarci quale valore si è aggiunto all'uso della parola, alla sua intrinseca dimensione sociale, espressiva, interiore, linguistica? Non dovrebbe metterci in guardia, fatto salvo lo zoccolo duro della professionalità, l'uso distorto e ingannevole dei linguaggi piegati alle esigenze della propaganda e

della persuasione, ricalcati, si direbbe, sui modelli pubblicitari? Esiste ancora un problema di responsabilità della parola e, va da sé, di chi la usa? Gustavo Zagrebelski, in un agile e tagliente libro uscito da poco, dal titolo Sulla lingua del tempo presente, addita nel linguaggio inquinato e kitsch il segno di una malattia degenerativa della vita pubblica. Come dargli torto? Credo che la Tv, in

generale, non abbia reso un buon servizio all'utilità e al prestigio di una comunicazione specialmente sociale com'è quella, ripeto, della politica. E che questa, a sua volta, si sia fatta complice delle ribaltoni non dirado allestite per compiacere un mero bisogno di visibilità. Mi chiedo se non abbia qualche fondamento il giudizio un po' estremista di Ignazio Silone quando afferma che "in nessun seco-

lo la parola era stata così pervertita rispetto al suo scopo naturale: quello di comunicare. Perché parlare e ingannare, oggi, sono quasi sinonimi". Per fortuna si cambia e si cresce grazie ai problemi che siamo costretti a risolvere. Forse viviamo uno di quei momenti. E proprio ieri, presente anche il direttore di "Qn", Pierluigi Visci, il Presidente Giorgio Napolitano ha detto cose chiare, nette e risolutive sull'argomento. Va ringraziato.

