

L'ITALIA DEI GIORNALI FOTOCOPIA, di ALESSANDRO BARBANO

“*Sosteneva Hegel che «la lettura del giornale è la preghiera dell'uomo moderno». Può darsi che avesse ragione. [...] Ma c'è preghiera e preghiera. C'è una preghiera che fa toccare e interpretare la realtà e una preghiera ripetitiva, ritualizzata, scontata, noiosa, priva quindi di aura e di credibilità. Questo secondo tipo di preghiera sembra prevalere in Italia. Come mai?*”
(Franco Ferrarotti, prefazione a “*L'Italia dei giornali fotocopia*”).

La riflessione di Alessandro Barbano, caporedattore de “*Il Messaggero*”, prende le mosse da questo interrogativo triste e pessimista, ma di fondamentale attualità nella società moderna, così satura di informazioni, quotidianamente immersa in un flusso continuo ed estenuante di messaggi e bombardata da un numero insostenibile di input difficili da interpretare criticamente, provenienti dai più svariati mezzi di comunicazione di massa.

Il giornalista romano pubblica, per la collana “*La società*”, della casa editrice **Franco Angeli**, “*L'Italia dei giornali fotocopia*”, **un libro necessario per comprendere lo stato della stampa quotidiana in Italia**. Un testo breve ma essenziale per capire, al di là di facili osservazioni e scontate critiche, come funziona e dove è diretto il mondo dell'informazione nel nostro paese.

L'autore, con uno stile semplice, diretto ed lineare analizza, come un rigoroso anatomo-patologo, quell'enorme corpo, ormai privo di vita, rappresentato dal giornalismo italiano. Un corpo pesante, vecchio, sgradevole, che ha ormai perso la parola, che non ha più nulla di interessante da dire, che non fa altro che ripetere, in maniera sterile e acritica, la mole di notizie che arriva quotidianamente dalle principali agenzie stampa della penisola.

“***Viaggio nella crisi di una professione***”: è questo il sottotitolo del libro, in grado di delineare in maniera precisa l'effettivo stato comatoso in cui versano i giornali, i giornalisti e, di conseguenza, i lettori dei quotidiani italiani. Una situazione imbarazzante e demoralizzante, senza dubbio, che **Barbano cerca di esaminare adottando un efficace, particolare e doppio punto di vista**: quello interno, derivante dall'esperienza ventennale all'interno di varie redazioni, e quello esterno, della persona qualunque che si ritrova, ogni mattina, ad acquistare il giornale, e desidererebbe ottenere, da quell'acquisto, soprattutto una contropartita di informazione, approfondimento e analisi critica della realtà, ma che è costretto, invece, a sorbirsi una inutile e vuota riproduzione delle stesse, identiche notizie su ciascuna delle maggiori testate nazionali.

Questo è un dato di fatto, non ci sono dubbi. **C'è ben poca differenza, ormai, nell'aprire un quotidiano o sfogliarne un altro. Certo, cambiano le firme, le tendenze politiche, alcuni modi di vedere la realtà, ma per il resto**, per quello che riguarda la vera informazione, quella a 360 gradi sul mondo, che vada al di là del semplice dato, della dichiarazione eclatante, del gossip politico, **c'è davvero poca differenza, e sembra di avere realmente a che fare con dei quotidiani fotocopiati**.

Ce ne possiamo accorgere benissimo da soli, ogni mattina, accendendo la televisione per osservare la rassegna stampa realizzata da uno qualsiasi dei giornalisti del telegiornale: il malcapitato di turno, celandosi dietro un tono della voce sicuro e volto ad attirare l'attenzione dello spettatore, in realtà non fa altro che ripetere tre o quattro titoli, per decine di volte, a partire dai quotidiani leader, il “*Corriere della Sera*” o “*La Repubblica*”, passando per i quotidiani regionali, fino ad arrivare ai giornali locali, che dovrebbero, in teoria, essere maggiormente radicati nel territorio e più vicini alle esigenze, ai bisogni e alle richieste dei cittadini. **Nulla di tutto questo accade, purtroppo, e la lettura del giornale, consuetudine e normalità in molti paesi, diventa in Italia, giorno dopo giorno, un qualcosa di sempre più elitario e ristretto**, quasi un rituale di nicchia, riservato a quei pochi che ancora sperano di trovare, tra le pagine di un quotidiano, un'offerta culturale interessante e formativa.

Secondo un'autorevole associazione giornalistica mondiale che periodicamente fotografa le abitudini di lettura all'interno dei singoli paesi, l'Italia si trova al trentatreesimo posto nella classifica degli indici di lettura, dietro nazioni come la Slovenia, la Croazia, la Turchia, addirittura la Cina e la Malesia. E, ad uno sguardo più approfondito, ci si rende conto che, al confronto con gli altri stati europei, l'Italia risulta essere tremendamente indietro. Si legge poco, anzi pochissimo. Ed i giornali sembrano non essere in grado di coinvolgere e fidelizzare nuovi lettori. Ci provano, con gadget, allegati, libri a metà prezzo, ma non ci riescono.

I giornali restano lì, letti da poche persone che, spesso, non capiscono granché di tutta quella politica presente sulle prime pagine. Una **“iperτροφία politica”**, così la definisce Barbanò, che caratterizza la cultura editoriale di quasi tutte le principali testate nazionali, e che si aggiunge agli altri sintomi evidenti della profonda crisi che attanaglia i quotidiani italiani: innanzitutto l'**omologazione culturale sempre più diffusa, aggravata dall'incontenibile sviluppo delle nuove tecnologie**, soprattutto di Internet, che si rivelano una pericolosa arma a doppio taglio (*“Il problema della nostra modernità è di evitare che il massimo di libertà garantito dallo sviluppo delle nuove tecnologie si traduca nel massimo di omologazione culturale”*).

In secondo luogo, ed è questa una conseguenza dell'espansione tecnologica, in Italia si registra, in maniera fin troppo accentuata, lo **sconfortante fenomeno della “rincorsa emulativa”**, che porta i giornali ad imitarsi l'uno con l'altro, a cercare di prevedere ed avvicinarsi il più possibile alle notizie pubblicate dai giornali leader del settore, “La Repubblica” ed il “Corriere della Sera”, ad utilizzare acriticamente le notizie che giungono dall'agenzia di stampa principali e sperare che tutti gli altri facciano lo stesso. **La voglia di completezza, naturalmente connessa alle incredibili possibilità del web, non diventa altro che “mero stereotipo culturale”**, finendo in secondo piano rispetto alle quattro tappe che governano il processo di omologazione dei quotidiani: *l'intuizione*, per comprendere le scelte dei giornali concorrenti, *la sorveglianza* esercitata sugli altri quotidiani, *l'adeguamento alla scaletta e alle notizie presenti nei telegiornali principali* e, infine, *il controllo a posteriori*, effettuato il giorno dopo, la verifica che si mette in moto durante la riunione delle undici, per vedere se l'imitazione degli altri giornali è andata a buon fine, e si è offerto al lettore un prodotto equilibrato ed identico a tutti gli altri.

Ancora, l'autore continua a scavare tra le cause di questa **“monotonia informativa”**. Barbanò osserva come la mancanza di competenze in alcuni campi, l'improvvisazione e il pressapochismo con cui si risponde ai grandi interrogativi che vengono posti nell'epoca moderna, sia un'altra delle principali ragioni della crisi. **Passività, mancanza di approfondimento e ignoranza, da un lato, presenza forte di stereotipi inesatti, di valori-notizia tendenti al catastrofismo e alla drammaticità – continua a vigere il motto per cui “bad news is a good news” – e mancanza di un'analisi dettagliata del passato dall'altro**, rendono i quotidiani sempre più lontani dai bisogni e dalle aspettative dei lettori, sempre più distanti dalla realtà vicina al normale cittadino, che vorrebbe conoscere la verità dei fatti che gli accadono attorno, non una serie di notizie incomprensibili e senza agganci con la quotidianità, figlie di una tecnica e di una tecnologia che privano l'informazione di una qualsiasi osservazione approfondita della società.

Questa è la malattia del giornalismo italiano, Barbanò sembra conoscerla bene, e continua nella sua ricerca con l'analisi della crisi che affligge la professione giornalistica, aggiungendo ai sintomi interni, quelli definibili esterni: **la “sfida dei new media”**, alla quale il mondo della carta stampata spesso non riesce a rispondere a dovere. **Internet, i servizi via sms o umts, il fenomeno dilagante della free press, hanno inferto un altro colpo pesante alla carcassa del giornalismo stampato**. La stampa gratuita, con “Leggo”, “City” e “Metro”, raggiunge coinvolge sempre più persone, che trovano, in queste pubblicazioni, agevoli e semplici sintesi delle notizie del giorno, di facile fruizione per chi non può dedicare molto tempo alla lettura, e per di più gratuite: perché spendere, dunque, per avere le stesse notizie sui quotidiani a pagamento, anche se – ovviamente – più approfondite?

Una bella domanda, senza dubbio. **A questo interrogativo dovranno rispondere soprattutto le redazioni dei giornali, che dovranno capire i bisogni e le necessità dei lettori**, instaurare una sorta di dialogo con loro, per offrire un prodotto migliore, che non sia autoreferenziale, difficile, noioso, banale, ma sappia osservare e analizzare la realtà con occhio sempre curioso, desideroso di conoscere e di offrire conoscenza al lettore; **un giornale che abbia una propria identità, che si differenzi per vivacità e spessore critico, che diventi, oltre che analisi del giorno prima, soprattutto riflessione sul futuro**.

È una prospettiva che tutti noi ci auguriamo, e che Barbanò vede realizzata solo grazie ad uno **“svecchiamento delle redazioni, una parcellizzazione del lavoro in piccoli gruppi, ma soprattutto una frantumazione della vecchia agenda-setting in un progetto di idee affluenti dal diretto contatto dei giornalisti con la società che rappresentano”**. Belle parole, insomma. Tutto sta a far diventare questi consigli

realtà, al più presto possibile.

Una serie di interessanti interviste ad alcuni dei più importanti direttori italiani - Giuliano Ferrara ("**Il Foglio**"), Paolo Gambescia ("**Il Messaggero**"), Ezio Mauro ("**La Repubblica**"), Paolo Mieli ("**Corriere della Sera**") - arricchisce il libro ed offre il parere, non sempre allineato a quello dell'autore, di questi opinion leaders, che riflettono "dall'interno" sul presente e, soprattutto, sul futuro del giornalismo italiano.

EDIZIONE ESAMINATA e BREVI NOTE

Alessandro Barbano (1961), giornalista italiano. Laureato in giurisprudenza, è caporedattore de "**Il Messaggero**", ha un'esperienza quasi trentennale nel mondo del giornalismo, locale e nazionale. Ha scritto numerosi saggi e libri sul mondo del giornalismo e su tutti i pro ed i contro di questa affascinante professione

Alessandro Barbano, "*L'Italia dei giornali fotocopia – viaggio nella crisi di una professione*", Franco Angeli Editore, Milano, 2003.

Rapace, 2 febbraio 2005