

DIS-INFORMAZIONE **Tanti canali, poca informazione**

Sintesi della conferenza di giovedì 15 gennaio 2009

In appendice: breve resoconto della conferenza di martedì 20 gennaio 2009

Relatori: **PEPPINO ORTOLEVA**, professore ordinario di Storia dei Media presso l'Università di Torino, ha pubblicato oltre un centinaio di lavori scientifici (libri, saggi su riviste, pubblicazioni in volumi collettivi) su media, storia e società; **FABRIZIO LADAGO**, giornalista professionista, caporedattore di RadioGold 88.8-89.1, emittente specializzata nell'informazione locale, affiliata a Radio Popolare.

MARCO TRAVAGLIO, giornalista noto e apprezzato, autore di numerosi lavori successivamente pubblicati sotto forma di libri-inchiesta. Attualmente cura una rubrica satirica su l'Unità, collabora con La Repubblica, in cui ha una rubrica on-line dal titolo «Carta canta» ed è ospite fisso della trasmissione Annozero. Scrive inoltre sui periodici MicroMega e l'Espresso, cura il blog «Voglio Scendere» con Peter Gomez e Pino Corrias e tiene la video-rubrica settimanale «Passaparola» sul blog di Beppe Grillo.

Informazione e dis-informazione, questo il tema della conferenza tenuta da Fabrizio Laddago, caporedattore di Radio Gold, e Peppino Ortoleva, docente di Storia dei mezzi di comunicazione all'Università di Torino.

A dare inizio alla serata è **FABRIZIO LADAGO**, che comincia **analizzando l'intuizione, dei primi del Novecento, che permise di comprendere l'importanza dell'informazione nell'opinione pubblica**. Un'intuizione che prese le mosse, in maniera prepotente, dalla prima guerra mondiale, quando l'Inghilterra, grazie al Ministero dell'Informazione, riuscì a convincere gli USA a schierarsi in guerra al loro fianco. I documenti del Ministero, resi noti solo recentemente, dimostrano che **l'intento era quello di controllare l'opinione pubblica mondiale, diffondendo notizie costruite ad arte**. La controparte, gli americani, si affidarono alla *Creel Commission*, che ebbe, a sua volta, il compito di convincere il popolo statunitense ad accettare una guerra così distante e costosa. Fu proprio all'interno della *Creel Commission* che si distinse **uno dei padri della «propaganda», Edward Bernays**. Le sue capacità furono dimostrate anche in alcuni interventi militari in paesi come il Guatemala, ma il suo operato fu maggiormente apprezzato nella campagna per estendere il fumo alle donne (le cosiddette *suffragette*), avvalendosi, peraltro, anche di un nuovo mezzo di comunicazione, il cinema. **Questo approccio aprì lo scenario a un nuovo modo di intendere la comunicazione e la sua capacità di manipolazione.**

Questa «novità» fu immediatamente applicata da Hitler. **Il dittatore tedesco era, infatti, convinto che la sconfitta della Germania, nella prima guerra mondiale, fosse maturata per l'impossibilità di competere sul piano informativo con la propaganda di USA e Inghilterra. Hitler, quindi, nel secondo conflitto mondiale, investì molto sulla comunicazione**, convinto dell'importanza che avrebbe avuto nella gestione del popolo e nella diffusione delle sue idee. Da qui nacque anche l'accezione negativa del termine «propaganda». Hitler, per di più, era pronto ad andare anche oltre, se la sconfitta non lo avesse fermato. Stava lavorando, infatti, a un *grande fratello* tedesco: una serie di telecamere avrebbero dovuto riprendere la perfetta famiglia ariana, il tutto sfruttando gli apparecchi televisivi, che in teoria erano già disponibili.

La propaganda, d'altra parte, sfrutta diversi presupposti e anche diversi meccanismi del nostro cervello. Tra questi, uno è quello che è stato definito la «**trappola della visione partigiana**». Secondo uno studio del 2004 di Drew Westen, pubblicato dal *Journal of Cognitive Neurosciences* (2006), **su alcune questioni politiche che ci coinvolgono direttamente, il nostro cervello agisce stimolando le zone dell'emotività anziché quelle del ragionamento**. Secondo Westen, la nostra *partiganeria* politica, inconsapevolmente, fa ruotare il «caleidoscopio cognitivo» finché non raggiungiamo le conclusioni che vogliamo, per poi sostenerle a spada tratta. L'alterazione della realtà, quindi, è figlia di una capacità di critica che spesso condiziona l'obiettività e quindi la reale percezione del mondo.

Per tornare agli esempi, Laddago comincia **una rassegna di strategie informative legate a recenti conflitti bellici**. Nel 1991, da un'aula di tribunale, tutto il mondo vide le immagini di una quindicenne kuwaitiana che definì le truppe irachene come assassine di neonati. La testimonianza di Nayirah (questo il suo nome) si rivelò semplicemente falsa. La ragazza era la figlia dell'ambasciatore del Kuwait a Washington e il suo intervento in tribunale era stato completamente programmato dalla famiglia reale del piccolo Stato mediorientale. Gli addetti all'ospedale citato da Nayirah rivelarono, un anno dopo, che quei fatti non si erano mai verificati.

L'importanza dell'uso dell'informazione è, nelle vicende della prima guerra del Golfo, confermata da un altro particolare: le spese e le consulenze di propaganda. Il Kuwait, infatti, aizzò gli americani contro l'Iraq affidando le proprie pubbliche relazioni a un'Agenzia, la nordamericana Hill & Knowlton. Il contratto prevedeva una cifra pari a 10,8 milioni di dollari.

Inannevole, continua Laddago, è anche il tentativo di fornire all'opinione pubblica un'immagine alterata delle guerre. I governi affidano l'informazione sui conflitti a giornalisti *embedded*. **Le immagini che vengono mandate in onda dai telegiornali sono quelle selezionate, nella maggior parte dei casi, dall'intelligence militare.** Il pubblico, dunque, legge le guerre attraverso gli occhi dei militari, che ne danno una visione meno cruenta possibile e quindi foriera di minori critiche. Per esempio, durante il conflitto iracheno i telespettatori, hanno visto e sentito parlare delle così dette «bombe intelligenti». È vero che diversi giornalisti hanno messo in dubbio l'*intelligenza* di queste armi, ma è anche vero che nella stragrande maggioranza dei casi l'immagine che è rimasta impressa ai più è quella di una perfezione quasi chirurgica di quegli ordigni. Un rapporto pubblicato nel 1996 dal *General Accounting Office*, tuttavia, fece emergere che 9 bombe su 10 esplose nel primo conflitto iracheno erano «non intelligenti» e non erano affatto in grado di selezionare i propri bersagli.

Laddago continua il suo intervento facendo riferimento ad alcuni esempi di **dis-informazione «civile»**. Nel 1997, per esempio, adulti americani di entrambi i sessi, ritenevano che la principale causa di morte nelle donne fosse il tumore al seno. In realtà le donne sono nove volte più soggette a morire d'infarto. Fermo restando che la prevenzione contro il carcinoma mammario è fondamentale e ha salvato molte vite, la ragione di questa convinzione sta nella grande attenzione mediatica riservata al tumore al seno. **L'informazione, d'altra parte, sfrutta spesso l'emotività delle persone.** Più fatti di cronaca nera si vedono in TV, più le persone pensano che il crimine sia diffuso nella propria comunità. Gli psicologi definiscono questo effetto «**euristica della disponibilità**», un pregiudizio mentale che attribuisce più peso all'impatto emotivo e psicologico che alla probabilità effettiva. Questa situazione si percepisce anche in provincia di Alessandria dove, nonostante i dati rassicuranti, vi è nell'opinione pubblica un ingiustificato allarme sociale.

Nella seconda parte della serata il professor **PEPPINO ORTOLEVA** ha invece evidenziato gli aspetti che preludono a un inquinamento della corretta informazione. **Informazione che sconta l'ingerenza del mondo politico ed economico nella sua espressione di libertà.** D'altra parte la dinamica dei media è inevitabilmente una dinamica *politica* che ha bisogno di regole.

La nostra percezione del mondo negli ultimi due secoli si è retta sulla convinzione che ogni giorno il quotidiano - sintesi, appunto, di *una giornata del mondo*, per dirla con Marinetti - diceva quello che d'importante dovevamo sapere. Il giornale era un mosaico di informazioni. Perché sentivamo questo bisogno? La risposta l'ha data Hegel quando disse (nel 1813) che «**leggere i giornali all'inizio della giornata è una sorta di laica preghiera del mattino**» dell'uomo moderno. Prima «ci si collegava con Dio», ora invece ci si collega con *il mondo*. La funzione, in entrambi i

casi, è la stessa: orientarsi per sapere cosa fare e dove si sta. **Questa sostituzione del mondo a Dio come l'oggetto verso cui orientarsi è ciò che ha tenuto in piedi il giornalismo di notizie per questi due secoli.** Secondo Ortoleva, però, **questo modo di intendere il giornalismo è in profonda crisi.** Oggi l'avvento del personal computer, sempre più diffuso, sta soppiantando a poco a poco questo sistema. Le persone si collegano alla posta elettronica prima ancora di sentire le notizie o guardare il telegiornale. Non sentono tanto il bisogno di sapere cosa è successo d'importante in politica o nel mondo, ma di **collegarsi a una rete fatta di migliaia di persone, magari mai conosciute in viso.** Questa è la *preghiera mattutina* dell'umanità contemporanea. Non ci orientiamo più verso il mondo o Dio. **Ormai sempre meno ciò che leggiamo o vediamo ha un nesso concreto con la realtà.** Molto appare condizionato dagli *spin doctors* (coloro che selezionano e manipolano in modo anche drastico l'informazione), o perfino dai terroristi, che hanno ben appreso il concetto di **notiziabilità**, ossia come far parlare costantemente di sé.

Il giornalista, oggi, fa i conti con la fretta, la necessità di riempire le pagine dei giornali e con i tempi che riducono grandemente tutti i temi, a prescindere dalla loro importanza. Non è un caso che gli *spin doctors*, nel ruolo di consulenti degli attori della politica, puntino alla battuta di trenta secondi che cattura l'attenzione, anche se in realtà non si dice nulla dal punto di vista argomentativo.

I media, in verità, ha sottolineato il professor Ortoleva, **hanno un effetto politico al di là della propaganda, definiscono, cioè, agli occhi del pubblico che cos'è il potere e chi lo detiene.** Di fatto, sembra di assistere oggi a una selezione della classe politica per via mediatica. Basti pensare ai ben noti «salotti» televisivi, che decidono di che cosa si deve parlare e chi deve prendere la parola.

Col passare del tempo, tuttavia, le persone avranno sempre più strumenti per creare una propria agenda di «notizie». Internet e i social forum, ad esempio, forniscono la possibilità di confrontare le proprie idee con altre persone, senza passare attraverso filtri e mediazioni.

Difficilmente, con i mezzi tradizionali oggi a disposizione, possiamo avere una visione attendibile della realtà. Internet è un ottimo strumento, ma ancora confuso e pericoloso, soprattutto per la mole di informazioni che vi girano, molte delle quali false, incomplete o imprecise (si pensi ad esempio a quel formidabile strumento che è *Wikipedia*, l'encyclopedia virtuale più diffusa nella Rete, molto utile ma di fatto non sempre controllabile nella propria affidabilità). Ma è proprio il confronto tra persone l'elemento innovativo e rivoluzionario. Quello che permette di aggirare la tradizionale visione del mondo imposta in modo univoco.

Nel mondo dell'informazione la miglior soluzione è quella di valutare le notizie a disposizione **confrontando la stessa tesi su fonti diverse.** Nessuno ha la verità in tasca, ma in ogni elemento c'è una traccia di verità.

Sintesi a cura di Fabrizio Laddago

Il ciclo di incontri sul tema dell'informazione è proseguito con un appuntamento prestigioso, che ha visto come protagonista uno dei più noti giornalisti italiani. Martedì 20 gennaio, infatti, MARCO TRAVAGLIO ha presentato il suo ultimo volume, *Per chi suona la banana. Il suicidio dell'Unione Brancaleone e l'eterno ritorno di Al Tappone* (Garzanti, 2008).

Il libro, raccontato durante la prima parte dell'intervento, ripercorre le vicende della politica nazionale attraverso la riproposizione degli articoli dello stesso Travaglio pubblicati nelle due rubriche de *L'Unità* «Uliwood Party» e «Ora d'aria» nel periodo che va da marzo 2007 a settembre 2008, ovvero dagli ultimi mesi del secondo Governo Prodi (ironicamente chiamato l'*Unione Brancaleone*) e i primi del quarto Governo Berlusconi.

Con cadenza quasi quotidiana, **il volume registra il teatrino politico-mediatico italiano riprendendo le dichiarazioni e le smentite dei suoi protagonisti. Il lavoro di puntigliosa cronaca politico-giudiziaria** che il giornalista porta avanti ormai da molti anni è ispirato dalla grande voglia di verità e serietà che, in generale, il sistema dell'informazione ha un po' perso.

Le notizie che i canali tradizionali tralasciano, vengono riprese scrupolosamente da Travaglio nei suoi editoriali. Un «**cane da guardia della politica**» è il ruolo, infatti, che il giornalista vuole ritagliarsi nel panorama italiano. «Non dobbiamo diventare cani da compagnia», continua Travaglio attaccando la maggior parte dei suoi colleghi i quali, invece, risultano complici della classe politica che dovrebbero controllare.

Travaglio cerca di contrastare il desolante panorama generale del giornalismo italiano, svolgendo un'operazione di attenta cronaca politica e giudiziaria, evidenziando e creando nessi tra fatti e dichiarazioni apparentemente distanti tra loro. **Ne deriva una lucida panoramica degli ultimi avvenimenti della storia italiana** utile a chi non segue con frequenza gli scritti di Travaglio.

Nella fase di dibattito molte domande del pubblico, come accade di consuetudine negli incontri con il noto giornalista, si sono focalizzate su alcuni dettagli dei retroscena politici che Travaglio racconta nei suoi editoriali. Temi protagonisti del dibattito sono così stati, tra gli altri, il caso della P2, la situazione disastrosa nella quale si trova il Partito Democratico, l'enorme conflitto d'interessi che vede come protagonista il nostro Presidente del Consiglio e le sue aziende (soprattutto quelle televisive)

Come è nel suo stile, **Travaglio risponde in modo ironico ma rigorosamente documentato alle domande e agli interventi del pubblico.**

Stimolato da una domanda specifica a riflettere sul suo scomodo ruolo, forse nemmeno troppo desiderato, di simbolo (o, quantomeno, di riferimento) della Sinistra italiana, Travaglio pare in forte disaccordo. Sostenendo da sempre che il sistema informativo e quello politico debbano essere rigorosamente separati, egli rivendica la sua posizione di cronista onesto, completamente estraneo alle logiche di partito o di schieramento che ne pregiudicherebbero la possibilità di lavorare seriamente.

Una nota finale è stata riservata alla sua vicinanza con la rete virtuale di Beppe Grillo e del suo frequentatissimo blog. Il giornalista tiene una video-rubrica chiamata «Passaparola» che, ogni lunedì alle 14.00, è trasmessa in diretta web sul sito del comico genovese.

Le critiche all'informazione urlata e semplificata di Grillo, secondo Travaglio, non sarebbero un problema. Beppe Grillo ha la funzione, essenziale in un Paese che si dice democratico ma che dovrebbe essere di responsabilità di altri protagonisti della nostra società, di attirare l'attenzione su alcune storture del sistema. È compito, poi, dei giornalisti, dei tecnici e, in ultima battuta, della classe politica stessa, recepire quelle provocazioni per trasformarle in progetti e soluzioni.

Sintesi a cura di Alessio Del Sarto