

A lato e sotto: la casa dei Misseri, luogo della tragedia, presa d'assalto dagli operatori dell'informazione.

Questo succede da quando la concorrenza delle emittenti private ha cominciato a incalzare la “mamma” Rai: la programmazione si è riempita di occasioni di svago e intrattenimento in tutte le ore del giorno. Il moltiplicarsi dei programmi di intrattenimento ha innalzato, in senso spettacolare, tutto il tono della televisione, mettendo la stessa informazione in condizione di doversi confrontare con programmi che facevano prima molta meno fatica a piacere al pubblico.

Secondo Gilles Lipovetsky, «il ruolo importante svolto dall'informazione col processo di socializzazione e individualizzazione non può essere scisso dal suo registro spettacolare e superficiale. L'informazione, votata alla cronaca e all'oggettività, non è per niente al riparo dal lavoro della moda, anzi: gli imperativi dello show e della seduzione l'hanno in parte rimodellata. I servizi devono durare poco, i commenti devono essere chiari e semplici, inframezzati da spezzoni d'interviste, di vissuto, di aneddoti. E dappertutto devono esserci immagini che “divertano”, che trattengano l'attenzione, che provochino emozioni forti» (cfr. Gilles Lypovetsky, L'impero dell'Effimero, 1989).



In una televisione che cambia, che “entra e si mescola a internet”, che si adatta sempre più alla sua anima spettacolare, l'informazione rappresenta una cartina al tornasole per evidenziare il grado di compromissione dei generi e di penetrazione delle formule dell'intrattenimento nei programmi.

Scriva Ferrarotti su “Massmedia e società di massa” del 1992: «Da qui vien fuori un altro inquietante potere della tv, un potere a prima vista non visibile, subdolo, non perfettamente afferabile dal punto di vista razionale. Un potere che dà alla tv la straordinaria facoltà di tramutare in spettacolo, a suo modo divertente, tutto ciò che tocca. Per

esempio, se si parla di terrorismo, la tv informa, indubbiamente, ma nello stesso tempo teatralizza straordinariamente il fatto in sé, tanto da ridurre, fino ad annullarla, la capacità di giudizio autonomo dello spettatore».

L'infotainment, l'informazione-intrattenimento, ha innescato anche il meccanismo di personalizzazione del mestiere telegiornalistico: la figura del semplice “messaggero di notizie” acquista i tratti divistici dell'anchorman. L'informazione, cioè, giunge a milioni di telespettatori attraverso la personalità, il modo di ragionare e l'immagine di coloro che la presentano. Di conseguenza numerosi giornalisti, prendiamo ad esempio Lamberto Sposini con “La vita in diretta”, andranno a condurre trasmissioni prodotte dalle reti e non dalle testate giornalistiche, svolgendo un sostanziale lavoro di intrattenimento. Diventano giornalisti-presentatori. E l'informazione, per quanto trattata con professionalità e garbo, come nel caso di Sposini, non può che diventare una forma di spettacolo.

Che piaccia o no, è questa la tv di oggi. Che piaccia o no, è questa la maniera di informare più diffusa. E la carta stampata cerca, anzi, tenta di adeguarsi “copiando” la tv, parlandone, utilizzando molte immagini, talora anche cruente, per non perdere terreno. •

