

**INFORMAZIONE.** Ecco come, secondo un'indagine Eurispes, la lettura dei quotidiani crea angoscia



Silva/Contrasto

## Sbatti l'ansia in prima pagina

■ Aiuto. Siamo circondati da Alpi assassine, ascensori che prendono in ostaggio le persone, animali che si vendicano dell'uomo facendolo fuori, diavoli che si appropriano della Tv, bambini che uccidono per divertimento. Per non parlare delle cameficine, dei massacri, dei genocidi che riempiono le nostre giornate. Ogni mattina, puntuali, i titoli dei quotidiani ci ricordano che là fuori il mondo è una vera jungla e che, seppure difficilmente, per fortuna, ci capita di essere protagonisti di episodi di questo genere, potremmo diventarlo domani o l'anno prossimo. E l'ansia cresce...

Sul tema «il giornale fonte d'ansia» si sprecano sempre molte parole. Tra gli stessi giornalisti ogni tanto spunta lo scurpolo: ma questo allarmismo della stampa farà bene all'informazione? Il senso di vertigine dura poco, poi la macchina impone i suoi ritmi e si ricomincia a dare titoli «forti» per catturare più sguardi. Non si sa se anche più lettori. Ora, però, alle parole si aggiungono alcune cifre. Sono quelle fornite da uno studio condotto dalla Italmidia, una società di sondaggi che si occupa di mass media, per l'Eurispes, l'Istituto di studi politici, economici e sociali. Lo studio voleva quantificare, con metodo scientifico, la veridicità e l'estensione di questo fenomeno. Sono stati così presi in esame 6 quotidiani: i tre più diffusi sul territorio nazionale (*la Repubblica*, *il Corriere della sera* e *la Stampa*) e tre a forte diffusione locale (*l'Indipendente*, *il Messaggero*, *il Mattino*). Per tutto il mese di gennaio 1994 i ricercatori hanno «contato» i titoli che veicolano allarme apparsi su queste testate e quelli che hanno

meritato un richiamo in prima pagina. Attenzione, avvertono i ricercatori, non i titoli su fatti macabri o eclatanti, ma quelli costruiti in modo ansioso. Esempi: «Bosnia, uccisi tre inviati Rai» non è stato preso in considerazione; ma «Bosnia, massacrati tre giornalisti» sì; oppure: «Il giudice non ha dubbi: processo a Pacciani» no; ma «Processate Pacciani, è il mostro» sì.

### Potere del titolo

Che cosa è venuto fuori? Intanto una classifica delle testate (dalla più ansiosa a quella meno) piuttosto curiosa. Al primo posto troviamo *la Stampa* con 333 titoli allarmistici. Segue *il Corriere della sera* (312 titoli). Vengono poi *il Messaggero* e *la Repubblica*. Agli ultimi posti *l'Indipendente* (256 titoli) e *il Mattino* (208). Non si può negare un certo stupore ad una prima lettura. *La Stampa* e *il Corriere* avevano fama di giornali compassati. Per lo meno più compassati di *Repubblica* e dell'*Indipendente*. Ma, evidentemente, dicono i ricercatori - la titolazione immaginifica del giornale di Scalfari e

quella urlata dell'*Indipendente* (allora diretto da Feltri e da Pia Luisa Bianco, arrivata proprio a gennaio) non sempre corrispondono ad un modo allarmistico di porgere le notizie.

I titoli sono stati poi accorpati per argomento. Si scopre così che ad angosciare oltre ogni misura i giornali è la violenza quotidiana. Ad elevata concentrazione di ansia troviamo sei settori: disastri e incidenti, un mondo di sangue, crisi economica, salute, famiglia e affetti, sesso. Quattro argomenti preoccupano, ma non troppo: criminalità organizzata, cittadino-Stato, comunicazione, religione. Infine, otto argomenti vengono sentiti come scarsamente preoccupanti: demografia e procreazione, razzismo, sindrome atomica, ecologia, animali, spostarsi, scuola, terrorismo. Anche qui, come si vede, non manca qualche sorpresa. La scarsa attenzione, ad esempio, dimostrata per i problemi dell'ambiente.

C'è poi il sesso che si attesta nella zona a rischio elevato. Qui il mo-

more». (Anch'io, pensa il lettore, non ho nulla...)»

Ma anche nella classifica dei temi più inquietanti c'è una distinzione tra le varie testate. *Il Messaggero*, ad esempio, è il più allarmato per i problemi ecologici e per la criminalità organizzata. Laddove *la Stampa* è il più ansioso per la violenza quotidiana, la crisi economica e la religione. Catastrofi naturali, comunicazione e razzismo sono i temi che più affliggono *il Corriere della sera*, mentre *la Repubblica* è particolarmente angosciata dai conflitti che insanguinano il mondo e la comunicazione. *L'Indipendente* si cruccia per la famiglia, per il sesso e per i difficili rapporti tra cittadino e stato e *il Mattino* per i rischi atomici e per il terrorismo.

La vocazione di un paese

Lo studio dell'Eurispes si chiude con alcune considerazioni generali. La prima è che il nostro è sempre stato un paese in allarme costante. Potremmo dire a vocazione tragica. La seconda è che la stampa ha la sua buona dose di responsabilità nel rafforzare questa tendenza gonfiando i titoli per fornire

ai lettori emozioni, anche a scapito delle notizie. La terza è che il senso di smarrimento comunicato dai quotidiani nel gennaio 1994 ha delle particolarità che lo differenziano da quello di altri periodi, e cioè - in estrema sintesi - che la paura riguarda soprattutto il futuro, che di motivi per non stare allegri ce ne sono, eccome, e che l'infrangersi di miti collettivi coltivati nel corso degli anni Ottanta ha contribuito a gettarci in uno stato di confusione. Le cose, come al solito, sono più complicate di quanto si pensi. L'allarmismo, il sensazionalismo sono dunque mali del giornalismo italiano? Oppure i titoli dei quotidiani rispecchiano un sentire comune delle persone? Si sta affermando una «risk society» dove tutto si trasforma molto velocemente e i processi sono difficilmente governabili? L'antropologa americana Mary Douglas, autrice di un testo dal titolo *Come percepiamo il rischio* (edito da Feltrinelli) sostiene che in una società instabile è alta la propensione al rischio. E il rischio comporta sempre una certa dose di ansia.

Rimane il problema di come sopravvivere ogni mattina alla mole di angoscia che il quotidiano ci rovescia addosso. Richard Saul Wurman, un architetto americano che si occupa di mass media, ha una sua ricetta. La troviamo nel suo libro *L'ansia da informazione* (Leonardo editore). Cosa fare? Poche regole: filtrare le notizie, porsi delle domande, non accettare l'informazione per il suo valore letterale ma capire il vocabolario con cui è costruita, applicare le informazioni raccolte alla situazione personale, invece di reagire visceralmente al resoconto degli incidenti.

## ARCHIVI

C. P.

### Anno Mille

#### La Chiesa come i mass-media

La paura collettiva più violenta che la storia ci ricordi è senz'altro quella della fine del mondo. Che non era attesa per l'anno Mille, dicono oggi gli storici, ma qualche secolo dopo. Nell'Apocalisse, infatti, si affermava che l'ultimo giudizio sarebbe stato preceduto da un millennio di giustizia, ma non si diceva quando. Tra il XII e il XIII secolo la paura dell'ira divina divenne un tema dominante delle discussioni tra dotti. Solo successivamente si impadronì della massa. Come si diffuse il panico, senza mezzi di trasmissione delle notizie? Ci pensò la Chiesa - secondo lo storico Jacques Le Goff - che, come un vero mass-media, si preoccupò di diffondere questi terrori, in particolare dopo la peste nera del XIII secolo.

### I marziani

#### Quando Welles spaventò l'America

Il 31 ottobre 1938 uno speaker della Cbs, con voce terrorizzata, informò gli ascoltatori che i marziani avevano invaso il New Jersey. Milioni di americani, in preda al panico uscirono in strada, fuggirono verso le campagne tra ingorghi immani di automobili, motociclette, autobus. I marziani erano presentati come ragni ingigantiti da una lente deformante. Lo speaker era Orson Welles e la trasmissione, nata da un adattamento del romanzo «La guerra dei mondi» di H. G. Wells, divenne famosa in tutto il mondo. La radio aveva reso reale un nemico che non c'era. E uno speaker particolarmente bravo aveva instillato ansia in milioni di pacifici cittadini.

### Vermicino

#### Potenza della televisione

Chi non viene assalito dall'angoscia al solo ascoltare il nome di Vermicino? Tredici anni fa in quel paese a pochi chilometri di Roma Alfredo Rampi, un bambino di sei anni, cadde in un pozzo artesiano. Per tre giorni intorno a quel pozzo si concentrarono centinaia di persone. Non solo vigili del fuoco e volontari, ma giornalisti e operatori televisivi. La tragedia, durata tre giorni, fu seguita in diretta sui teleschermi da milioni di persone. Dopo la morte del bambino si scatenarono le polemiche: era giusto portare nelle case della gente l'agonia e la morte? Quello di Alfredo somigliava ad altri cento casi, a renderlo «unico» e angosciante era stata la Tv che scoprì così quanto era potente.

### Ambiente

#### Da Seveso a Chernobyl

Il disastro ambientale diventa improvvisamente reale nel nostro paese il 10 luglio del 1976, quando dalla fabbrica dell'Icmesa a Seveso fuoriusce una sostanza altamente tossica per l'uomo e dal nome impossibile: la diossina che diventerà l'incubo dell'Italia per molti anni. Quali sono le conseguenze dell'infossicazione? I giornali di quel periodo sono pieni di interrogativi angosciati. Dopo una fase di assestamento, nell'86 torna la paura. A Chernobyl, nell'ex Unione Sovietica un incidente in una centrale nucleare causato da un errore umano sviluppò una nube radioattiva che raggiunse quasi tutta l'Europa. I mesi successivi al disastro, stampa e televisione riportavano consigli poco rassicuranti: non mangiate gli ortaggi a foglia larga, i funghi e quelle parti animali in cui c'è bioaccumulo delle sostanze radioattive.

### Il Golfo

#### È la guerra a fare più paura

«Useremo le armi chimiche». «Siamo a un passo dalla guerra». «Il governo dice sì all'avventura». «L'America piange per i morti e i prigionieri». Tanta ansia come, per la guerra del Golfo forse non si era mai rovesciata nei titoli dei giornali del dopoguerra. Dall'agosto dell'89 al 16 gennaio del 1990 è tutta un'attesa angosciata dell'evento. Dopo «un'angosciata cronaca». Anche qui la televisione ha un ruolo da protagonista. Ricordiamo tutti le dirette della Cnn da Baghdad durante i bombardamenti.

### Mauro: «Non si può truccare la realtà»

**E**ZIO MAURO, direttore della *Stampa*: «Ogni volta che parlo in pubblico mi trovo di fronte una signora che mi fa sempre la stessa domanda: «Non potreste dare notizie più piacevoli?». Io do sempre la stessa risposta: «Signora, si rende conto che ci sta chiedendo di truccare la bilancia dei fatti che avvengono?». Il giornale è uno specchio delle cose che accadono, fare dei titoli allarmistici forse vuol dire semplicemente chiamare le cose con il loro nome: è la realtà ad essere ansiosa. Voglio sottolineare però che ansioso non vuol dire urlato. Il nostro tentativo è quello di non fare opera di imbellettamento della realtà, ma neanche di esasperarla o caricaturizzarla. La nostra prima pagina contiene 14-15 titoli. Sono tanti. È una pagina certamente aggressiva, nel senso che propone una gerarchia dei fatti che stimoli fortemente il lettore e non lo lasci indifferente, ma questo non vuol dire che sia una pagina urlata. C'è poi la cronaca di Torino. Il rapporto del nostro giornale con la città è molto stretto e la cronaca, si sa, è fatta anche di cronaca nera. Ma, al di fuori delle pagine locali, non mi sembra che il giornale abbondi di notizie di nera. In generale, non credo che i quotidiani italiani facciano dell'allarmismo nei titoli. Il vero problema è un altro: c'è una tendenza generale a cambiare argomenti molto spesso. Il tentativo di tenere sempre sveglio l'interesse del lettore fa appassire alcuni fatti molto rapidamente e ne porta alla ribalta altri che, probabilmente, avrebbero meritato meno spazio. Questa tendenza è, però, dovuta in gran parte alla televisione. Una notizia che ci sembra forte alla riunione del mattino, la vediamo rimbalzare in tutti i telegiornali delle 13, delle 19, delle 20 e, alla fine della giornata, è già appassita. Il lettore può ritrovarla la mattina dopo sulla prima pagina del giornale?»

### Mieli: «È una colpa essere autorevoli?»

**P**AOLO MIELI, direttore del *Corriere della sera*: «Con grande rispetto per la ricerca dell'Eurispes, mi sembra però che un'indagine di questo tipo debba essere fatta su tempi più lunghi. Un mese di osservazione mi sembra poco, forse si sarebbe potuto prendere in esame l'idea di riprendere l'indagine a settembre e poi due mesi dopo. Fatta questa premessa, parliamo del *Corriere della sera*. Si dice nella ricerca che avremmo il primato della titolazione allarmistica su fatti come le calamità naturali, la comunicazione, il razzismo. È possibile. Noi cerchiamo di titolare in modo non edulcorato, di essere più aderenti possibile a ciò che è successo, di non attenuare niente. In periodi in cui avvengono fatti particolarmente gravi, la titolazione potrebbe generare ansia. I fatti di razzismo, ad esempio, ci stanno particolarmente a cuore. Tentiamo di non obbedire ad una tradizione italiana che li annacquava. Ma il nostro sforzo è di non fare titoli ansiosi, né tantomeno urlati. Se qualche volta ci sfuggono, lo consideriamo un difetto. Probabilmente sulle nostre pagine un titolo così costruito fa più effetto che su *la Repubblica*, perché il *Corriere* aveva una tradizione più pacata. L'effetto ansioso, comunque, è legato anche alla credibilità del giornale. Se un notiziario di una Tv privata parla di una catastrofe ambientale a Tivoli, nessuno se ne accorge. Se il Tg1 apre con la stessa notizia, genera una nuova Chernobyl. Il nostro giornale è un mezzo autorevole, istituzionale e quindi i titoli diventano obiettivamente più ansiosi. Seppure vengono usate le stesse parole che ha usato un altro quotidiano, la percezione sarà diversa.»

### Baciami: «Si fanno così i giornali popolari»

**L**UIGI BACIAMI, direttore responsabile dell'*Indipendente*: «Cosa si intende con titolo allarmistico? Forse un titolo ad effetto, che tenta di catturare l'attenzione? Un titolo che forza un po' la mano, a prescindere dal problema che si vuole affrontare? Se è così, credo che i giornali italiani un po' facciano titoli allarmistici, ma mi sembra giusto. È un modo per tentare di suscitare l'attenzione del lettore. Se la notizia fosse «arrestato Sbardella», i giornali titolerebbero «Arrestato lo squalo», io per lo meno farei così. Per quanto riguarda *L'Indipendente*, mi sembra che la nuova direzione di Funari tenda a fare non tanto titoli generatori di ansia, quanto titoli «commentosi», che racchiudono un commento. L'indagine è stata fatta però a gennaio, quando è arrivata a dirigere il quotidiano Pia Luisa Bianco. Mi sembra che durante la direzione della Bianco i titoli fossero estremamente rassicuranti. Il giornale era molto schierato e tendeva a dire «tutto va bene». Ora, se vogliamo difendere i cittadini (e Funari vuole farlo), ci vorrà una contrapposizione maggiore e i titoli diventeranno per forza di cose più allarmati. C'è però un motivo più generale per cui i giornali italiani tendono a «gonfiare» di più i titoli rispetto al passato: che sono diventati più popolari. Prendiamo un quotidiano come *la Stampa*, negli ultimi anni si è modificato radicalmente sia dal punto di vista grafico, sia per le notizie che riporta. E, se un giornale pubblica notizie popolari, deve fare titoli popolari. Se, per fare un esempio, diamo notizie come quella del principe Carlo fotografato nudo, la titolazione dovrà essere adeguata. Certi titoli, insomma, sono sintomo di un interesse per certi temi.»

### Anselmi: «Impossibile un'informazione soft»

**G** IULIO ANSELMI, direttore del *Messaggero*: «Come mai il *Messaggero* si trova tra i quotidiani che generano maggiore ansia con la loro titolazione? Non saprei, ma mi sembra che si trovi in buona compagnia, visto che gli altri due sono il *Corriere della sera* e *la Stampa*. Vorrei però sottolineare che rispondere tutto all'utilizzazione di alcune parole nei titoli, come fa questa ricerca, è un po' riduttivo. A creare ansia contribuiscono anche la lunghezza dei titoli, la dimensione dei caratteri usati, l'impaginazione delle notizie, le foto. Anche perché nella valutazione delle parole si fa uso necessariamente di categorie soggettive. Non vorrei che ci fosse anche una sottile ipocrisia. Mi ricordo che quando furono uccisi i marinai italiani in Algeria ci fu una polemica sull'uso del termine «sgozzati» nei titoli. In quel caso non ero d'accordo: se la parola serve a visualizzare filmicamente quello che è avvenuto, credo si possa usare. Se, viceversa, si critica l'utilizzo di aggettivi o parole un po' di maniera, allora va bene. Ma senza dimenticare che i titoli rispecchiano quello che succede. Capita di sentir dire: una volta i giornali avevano poche pagine e tutti i titoli su una colonna. È vero, ma a quell'epoca era nato da poco il cinema e non c'era ancora la televisione. Oggi la gente è abituata a visualizzare eventi, facce, colori. Io mi domando: in un'epoca molto drammatizzata come la nostra, in una società bombardata di messaggi non solo dell'informazione, ma anche pubblicitari, è possibile che solo i giornali siano soft, carini e costruiti a ritmo di minuetto? È vero, invece, che dobbiamo stare attenti alla valutazione delle notizie, ma questo è un altro problema.»