

Fatti&Fantasia Un ibrido cresce tra le notizie

«Faction» è un mix di informazione e fiction
Un saggio di Buonanno su rischi e vantaggi

GIANCARLO BOSETTI

Si sa che uno dei campi sotto osservazione nella società delle comunicazioni di massa è quello dei confini tra realtà e finzione. È una questione fisiologica: nelle società opulente e in regime di abbondanza si soffre di valori colaterali troppo alti. Nei regimi di abbondanza mass-mediale i valori da osservare stanno principalmente in quella cosa che Milly Buonanno chiama la «faction» («Faction. Soggetti mobili e generi ibridi nel giornalismo italiano degli anni Novanta», Liguori editore), neologismo anglicizzante che nasce dalla congiunzione di fatti e finzione, di «facts» e «fiction». Codesta «faction» è una parente stretta dell'«infotainment», quell'altro ibrido, sempre angloamericano, che sta a indicare la mescolanza di informazione e intrattenimento («infotainment» e «entertainment»). In sé e per sé questi innesti bastardi non sono una malattia, come non lo sono il colesterolo o gli zuccheri nel sangue. Tutt'altro, sono flusso vitale. Si tratta di analizzare di tanto in tanto i «valori», per farsi un'idea dello stato di salute generale del soggetto.

Con ragione Milly Buonanno, che della «fiction» televisiva è una delle maggiori studiose, vede che in Italia il rapporto tra informazione e intrattenimento subisce una distorsione in partenza dal momento che all'opinione pubblica di casa nostra manca quel formidabile bacino di coltura delle «stories», che è la stampa popolare quotidiana: i «tabloids», quei fogli che all'inizio dell'ottocento hanno insegnato a un pubblico di massa il cocktail di informazione e distrazione, analisi dei fatti e divertimento, un frappé che è e rimane il prodotto fondamentale di quelle aziende che si chiamano «giornali» e di quella professione che si chiama «giornalismo». Un po' di «faction», dunque, ci vuole per fare un giornale. La capacità di «raccontarla» al lettore è indispensabile se si vuole il successo nella comunicazione: le vendite, l'affezione e la continuità dell'acquisto. Il modulo narrativo, la «story», la trama, i dettagli personali, il pettegolezzo sui (e tra i) personaggi sono ingredienti indispensabili per un buon giornale così come lo sono per un buon soggetto da film o telefilm.

Nei giornali si sa bene, anche quando non si conoscono le parole della teoria, che ogni fatto ha un

valore-notizia ma ha anche un valore-narrativo: vale per la separazione della principessa come per i profughi del Kosovo. La televisione ha evidentemente accentuato la corsa verso la mistura, ma questa non ha trovato nei giornali popolari il suo libero sfogo. La faction da noi ha dovuto riversarsi sull'unico genere di giornali di cui disponiamo, gli omnibus, quelle testate essenzialmente di qualità e di élite, che cercano di farsi largo verso un pubblico più esteso. E si capisce che ci si trovi un po' stretti. Noi possiamo anche fare spazio sulle austere pagine del «Corriere della Sera» alle deliziose e futili notizie sulla vita privata dei potenti, ma non potremo mai dilagare come solo i tabloids

DAL REGNO DEI TABLOID

La contaminazione approda anche sulle colonne dei giornali omnibus e in tv

giornalismo popolare, avvertendo opportunamente che chi sottovaluta i suoi standard di qualità si sbaglia di molto. I metodi del giornalismo popolare non sono poi tanto diversi né meno faticosi di quelli del giornalismo «serio». E anche la sua influenza non è minore, anzi è probabilmente superiore, almeno in termini elettorali, se dobbiamo giudicare dal rapporto tra tabloids e politica in Gran Bretagna.

Il tema della faction viene invece ripreso in termini critici più duri a proposito delle tendenze della televisione generalista che sembra giocare le sue carte peggiori «ai confini della realtà» non nel senso fantascientifico (ricordate la bellissima vecchia serie di telefilm?), ma nel senso della massima confusione tra finzione e realtà. I «reality show» sfruttano questi giochi di confine attraverso varie formule. Un esempio estremo sono le storie «quasi vere», eventi ricostruiti «come se» fossero veri ma con uno stile documentaristico che contraddice il contenuto di fantasia. Ha tentato questa via Canale 5, ma l'ha abbandonata. Poi ci sono gli eventi realmente accaduti ma ricostruiti come in un film nello studio televisivo. È il modello di «Ultimo minuto» e degli inserti di fiction messi dentro «Telefono giallo» e «Chi l'ha vi-

sto?». Poi ci sono i programmi in presa diretta sulla realtà, tipo «Un giorno in pretra» e, all'altro estremo, storie di vere disgrazie che vengono esibite nello show, malattie penose, sventure terribili che vanno a costituire quel patrimonio mediatico che ha ormai anche il suo nome canonico: «tv del dolore». Questi materiali di confine per una parte dell'audience, quella più disarmata, sono fruiti come informazioni sulla società.

Il cosiddetto «diritto all'informazione» esce piuttosto malconco da queste ricognizioni della Buonanno condotte con il fair play di una sociologa della comunicazione di cui si conosce l'amore per la fiction allo stato puro. Il nostro famoso villaggio globale ha troppi vetri deformanti. La miscela di fantasia e fatti veri non è sempre innocente. La trasparenza piena avrebbe bisogno di operatori professionali convinti di presupposti che l'autrice, illuministicamente e fiduciosamente, definisce così: che chi opera nei media consideri come un ideale coesistente alla sua professione il diritto all'informazione dei suoi concittadini; che in cima alla gerarchia dei destinatari dell'informazione si mettano sempre quei medesimi concittadini; che non si perda mai la fiducia che alla verità ci si può avvicinare. L'autrice è molto critica sullo stato della professione in Italia, ma, come tutti noi, non disperava.

LA RIVISTA

Giornalisti soffocati dal marketing?

Un eccesso di «fantasia» inquina l'informazione, soprattutto quella televisiva, mentre il mondo della carta stampata e della parola scritta, che dovrebbe costituire l'argine insostituibile per la razionalità e la possibilità di costituire un'opinione pubblica criticamente informata, è insidiata da un'altra minaccia. Si tratta della logica industriale e commerciale che ormai domina nel mondo dell'editoria: i grandi gruppi inseguono soltanto le entrate rese possibili dalla pubblicità, e la qualità del prodotto giornalistico scivola in secondo piano rispetto all'efficacia delle promozioni a suon di «gadget».

Il fenomeno è segnalato in vario modo sul primo numero 99 di «Problemi dell'Informazione», che inaugura una nuova serie della storica rivista trimestrale del Mulino, sin qui diretta da Paolo Muraldi, e ora passata a Angelo Agostini.

È proprio il neo-direttore della rivista, in una intervista a Carlo Caracciolo, nell'ambi-



François Kollar, «L'operatore radio all'ascolto del mondo», collage, Parigi, 1933

LA CONFERENZA

LA NUOVA FRONTIERA DELLO SVILUPPO

di GIUSEPPE GIULIETTI e PETER FREEMAN*

In tutti i paesi dell'Unione europea l'industria legata alla Società dell'Informazione è diventata il settore con il più alto tasso di crescita. Lo sviluppo e la diffusione delle tecnologie informatiche e delle telecomunicazioni ridefiniscono tempi e modi della produzione e consentono a quelle economie capaci di investire su questo settore di reggere il passo con i nuovi scenari della competizione. Ma è proprio in questo settore che l'Italia sconta una evidente situazione di arretratezza. Chi invoca maggiore flessibilità e nuovi tagli alle spese sociali dimentica troppo spesso che nel nostro Paese la diffusione delle nuove tecnologie, la capacità di investire in formazione e qualificazione, la qualità dei servizi erogati ai cittadini, e persino la disponibilità delle imprese a confrontarsi con queste nuove frontiere, sono abbondantemente al di sotto degli standard europei.

E invece da questo dato che bisogna partire. Senza un adeguato piano d'azione in grado di coniugare politiche sociali e stimoli alla nuova imprenditoria, senza un progetto capace di portare il Paese nella Società dell'Informazione, l'Italia rischia di perdere un'opportunità forse irripetibile.

La Conferenza nazionale che la presidenza del Consiglio dei ministri e il Forum per la Società dell'Informazione hanno convocato a Roma ieri e oggi è centrata esattamente su questo tema. Si tratta dunque di un'occasione tanto più importante in quanto il governo ha apertamente manifestato la convinzione di ritenere lo sviluppo della Società dell'Informazione un obiettivo fondamentale della propria azione. Lo stesso obiettivo è ormai entrato in maniera permanente nell'agenda delle parti sociali: sindacati, imprese e pubbliche amministrazioni hanno da tempo indicato in questo tema una delle priorità del Paese. A loro volta, i Democratici di Sinistra hanno più volte sollecitato, sia in sede parlamentare (con l'approvazione di più ordini del giorno su questo tema) che in apposite iniziative politiche che hanno visto in prima fila il segretario Walter Veltroni, l'adozione di un piano d'azione in materia e l'avvio di una fase di concertazione in grado di coinvolgere tutte le realtà interessate.

La partita è aperta. Ora bisogna dare corpo e sostanza ad una politica in grado di traghettare l'Italia verso questa nuova frontiera economica, comandando i ritardi finora accumulati e spostando risorse e uomini. Solo allora, e all'interno di un processo determinato e condiviso da tutti gli attori sociali, potremo parlare di un nuovo contesto che tenga insieme sviluppo, innovazione e sistema delle garanzie. Riformare il Welfare? Certo, perché la Società dell'Informazione, nel ridefinire le forme stesse del lavoro, ha bisogno di un nuovo sistema dei diritti. Ma un Welfare non può essere tale in mancanza di una politica volta ad includere anziché escludere, e dunque di una strategia di investimento sulle persone, di valorizzazione del capitale umano, di formazione e nuova alfabetizzazione. Ed è in questo scenario che il contributo delle parti sociali diviene indispensabile: perché nessuna riforma, nessun piano industriale, nessuna politica di sviluppo è concepibile senza il loro apporto.

*Area Politiche della Comunicazione dei Democratici di Sinistra

Mercoledì

IN EDICOLA DAL 7 LUGLIO

DALL'OBBLIGO ALL'UNIVERSITÀ.
CORSI, CONCORSI,
RICERCA SCIENTIFICA

Scuola & Formazione

Quotidiano di politica, economia e cultura **l'Unità**

