

MEDIA & SOCIETÀ



Dalle pagine dei quotidiani Particolare dell'opera di Stefano Arienti «Corda. Carta di giornale», 1986-2004 realizzata con carta stampata arrotolata (Fondazione Maxxi)

→ **Il nuovo saggio** della filosofa sulla forma di conoscenza oggi più diffusa, la testimonianza

→ **Democrazia e informazione** È un problema dell'Italia ma non solo. Leggiamo in anteprima

Tra democrazia e marketing che fine ha fatto il giornalismo?

Privacy e inviati embedded, oggettività e passione, crudeltà e umanità. E, naturalmente, proprietà dei mezzi di informazione. In anteprima, le pagine del nuovo saggio della filosofa dedicate al giornalismo oggi.

NICLA VASSALLO

DOCENTE DI FILOSOFIA TEORETICA
www.niclavassallo.net

La considerazione della privacy è un occultamento di informazioni o un riguardo dovuto nei confronti dell'essere umano, perfino nel caso di autorità politiche? Cosa comporta il rispetto dei propri colleghi, del-

la propria professione, del copyright? Quando la querela si rende necessaria, senza screditare una testimonianza? Quale grado di consapevolezza impone al giornalista rispetto alle conseguenze socio-politico-economiche delle sua testimonianza? Fino a che punto ammettere una vigilanza governativa e su quali materie (la sicurezza nazionale, le inchieste sull'evasione fiscale, ogni intercettazione)? Quando acconsente di essere embedded nelle truppe, l'inviato di guerra non accetta forse la censura e perciò la parzialità? Quanta umanità e crudeltà accordare al giornalista nel riferire di crimini, non solo di guerra? Che grado di accuratezza attribuire a

notizie enfatizzate per indurre il pubblico nel panico e/o manipolarne l'atteggiamento rispetto a fatti efferati? Risultano tollerabili le esigenze di spettacolarizzazione? A tal punto da discriminare un essere umano sulla base di criteri relativi a classe economico-sociale, cultura, disabilità (fisica o psichica), etnia, genere, religione, sesso, stato civile? Se infatuato di un eroe o un'eroina, il giornalista sacrifica, consapevolmente o inconsapevolmente, l'accuratezza e l'autenticità delle notizie? Cosa accade quando la proprietà della testata esercita pressioni sulla divulgazione delle informazioni, e quando tale pressione si deve alle logiche della pubblicità, nonché

alla classe politica?

Rimane da capire, da una parte, quanto la netta separazione tra potere economico, mediatico, politico costituisca un'utopia o rappresenti piuttosto la ricetta per difendere la democrazia, dall'altra, in che misura tale separazione non spiani la strada a un'irreversibile e spietata dittatura mediatica. Certo, la concentrazione di un buon numero di media nelle mani di un unico tycoon (Silvio Berlusconi o Rupert Murdoch), il fatto che un maestro di judo divenga capo dell'informazione (nella Russia di Vladimir Vladimirovic Putin), il facile ricorso al segreto di stato, con cui si vieta la consultazione di importanti