

Nota Isril n. 12-2020

Io, il coronavirus e la televisione: un rapporto difficile

di Giuseppe Bianchi

Non ho mai fatto mancare il mio contributo, attraverso il pagamento del canone, alla nostra radio e televisione pubblica, al pari di altri milioni di concittadini. Anche se non ho mai trovato una risposta convincente al perché di tale tributo, dal momento che perfino le previsioni sul tempo mi risultano concesse dalla generosità di alcune imprese che le rendono fruibili e che si aspettano da me un comportamento riconoscente nelle mie pratiche di acquisto.

Con il tempo mi sono reso persuaso che la domanda era mal posta soprattutto perché la televisione pubblica si sottrae a ogni valutazione di scambio. Nella nostra società la televisione si autolegittima, rispetto agli altri mezzi di comunicazione come i giornali, perché comunica con l'autorità delle immagini, in presa diretta con gli eventi, producendo verità confermate dalla loro visibilità. La notizia teletrasmessa fotografa, documenta la realtà che si vede e le persone tendono a credere a ciò che si vede.

Può apparire pedanteria osservare che anche le informazioni per immagini sono oggetto di una selezione discrezionale e che non necessariamente fanno capire il contesto che le produce, che il "televedere" può creare una presunzione di conoscenza che scoraggia la fatica del sapere che va ben oltre il visibile.

Ma il problema che voglio proporre è un altro. Il coronavirus, l'isolamento, la paura del contagio hanno aumentato la mia teledipendenza. Alla televisione pubblica ho rivolto la mia ansietà di cittadino che attende ogni giorno i dati dalla Protezione Civile e qualche indicazione sul ritorno alla normalità. Esprimo una domanda di comunicazione autorevole su ciò che è e su ciò che avverrà per dare un senso ai miei sacrifici e alle responsabilità di cui dovrò farmi carico, superata l'emergenza sanitaria.

Il sistema televisivo ha risposto a questa mia domanda di consapevole rassicurazione? Avanzo qualche dubbio, considerato il carattere per lo più eccitato e frenetico della comunicazione televisiva che diffonde ansietà di massa e dipendenza dal mezzo mediatico. L'insistenza sull'aggravarsi della crisi sanitaria e sulla inadeguatezza dei mezzi per fronteggiarla, la concentrazione esclusiva delle informazioni sulla minaccia incombente, l'immagine abusata del tunnel senza via di uscita, gli ossessivi appelli ai buoni sentimenti e alle buone pratiche hanno alimentato in me uno stato ansiogeno, per quanto già predisposto al rispetto delle regole, come peraltro penso la maggioranza dei cittadini responsabili.

Ho anche assistito ai frequenti dibattiti televisivi offerti dai vari esperti delle discipline medico-scientifiche osservando, anche in questi casi, la priorità accordata all'effetto mediatico del confronto/scontro tra le diverse

interpretazioni e proposte sul come gestire la crisi sanitaria in atto. È vero che si è di fronte ad un evento drammatico senza precedenti che legittima diversità di opinioni, ma mi domando se la tribuna televisiva sia la sede più opportuna per un dibattito scientifico stimolante per gli addetti ai lavori ma inquietante per chi si aspetta soluzioni rassicuranti.

Ho assistito alla comunicazione televisiva dei provvedimenti di emergenza del Governo, accompagnati, di norma, dalla valutazione dei politici degli opposti schieramenti che non hanno mancato di marcare le loro diversità di vedute per mantenere la fedeltà del proprio elettorato. Mi domando se questo ossequio ai riti della lottizzazione politica dei tempi televisivi abbia ancora significato in una emergenza che sta comprimendo i diritti costituzionali dei cittadini quando, invece, la politica dovrebbe farsi carico degli interessi comuni, non indebolendo una linea di comando la cui autorevolezza è già precaria. Per l'accertamento delle responsabilità ci sarà tempo, dopo.

In conclusione, pur apprezzando l'impegno della televisione pubblica di allargare l'offerta dei programmi, mantengo le mie riserve. Se considero che la Rai Televisione Italiana è la più grande impresa culturale italiana, con i suoi 13 mila dipendenti e alcune migliaia di collaboratori esterni, era legittimo attendersi qualche cambiamento più significativo nella linea editoriale e nella strategia comunicativa. Qualche programma di intrattenimento che sollevi lo stato depresso del Paese, la proiezione di film e documentari destinati ad allargare le conoscenze, l'apertura di finestre sul mondo che continua a muoversi nonostante l'aggressione del virus.

Si conferma la regola che maggiore è la dimensione dell'impresa, soprattutto se sovradimensionata dalle clientele politiche, minore è la sua capacità di rispondere ai cambiamenti della domanda. Così come trova conferma che la concorrenza nel mercato televisivo, regolata sulla base degli ascolti, tende a premiare il prodotto di massa, anziché di qualità, in controtendenza rispetto alle dinamiche degli altri mercati.

Condivido l'ottimismo di chi dice che usciremo migliori da questa crisi. L'aspettativa è che anche la televisione pubblica ne sia parte per darmi ragioni più valide per continuare a pagare il canone.