



ALMA MATER STUDIORUM
UNIVERSITÀ DI BOLOGNA

ARCHIVIO ISTITUZIONALE DELLA RICERCA

Alma Mater Studiorum Università di Bologna Archivio istituzionale della ricerca

L'informazione come sistema. Tra contraddizioni da risolvere e bisogni condivisi

This is the final peer-reviewed author's accepted manuscript (postprint) of the following publication:

Published Version:

L'informazione come sistema. Tra contraddizioni da risolvere e bisogni condivisi / Barra, Luca. - In: IL MULINO. - ISSN 0027-3120. - STAMPA. - 2021:1(2021), pp. 97-106. [10.1402/100356]

Availability:

This version is available at: <https://hdl.handle.net/11585/829798> since: 2021-08-13

Published:

DOI: <http://doi.org/10.1402/100356>

Terms of use:

Some rights reserved. The terms and conditions for the reuse of this version of the manuscript are specified in the publishing policy. For all terms of use and more information see the publisher's website.

This item was downloaded from IRIS Università di Bologna (<https://cris.unibo.it/>).
When citing, please refer to the published version.

(Article begins on next page)

This is the accepted manuscript of:

Luca Barra. "L'informazione come sistema. Tra contraddizioni da risolvere e bisogni condivisi". *Il Mulino* 2021, no. 1, 2021. <https://doi.org/10.1402/100356>

The final publication is available at

<https://www.rivisteweb.it/doi/10.1402/100356>

Terms of use: All rights reserved.

This item was downloaded from IRIS Università di Bologna (<https://cris.unibo.it/>)

When citing, please refer to the published version.

L'informazione come sistema.

Contraddizioni da risolvere e bisogni condivisi

Luca Barra

Tra le parole nuove, o perlomeno rinnovate, che hanno accompagnato l'ultimo anno, una si è ripetuta di frequente tra gli addetti ai lavori nei media: "infodemia". Calco dall'inglese *infodemic*, che a sua volta tiene assieme, incurante delle rispettive etimologie, *information* e *pandemic*, informazione e pandemia, sta a indicare un insieme eterogeneo di mali contemporanei quali la circolazione sovrabbondante di notizie, la loro mancata verifica, le imprecisioni volute o quelle che invece nascono nel rumore di fondo. La pandemia e l'infodemia sono andate in qualche modo a braccetto fin dall'inizio dell'emergenza sanitaria ed economica, hanno attraversato i tanti rivolgimenti politici e sociali a livello internazionale e locale, hanno scandito il ritmo delle crisi di gestione e di governo. I problemi del giornalismo e dei media, in particolare, non propriamente inediti, si sono ritrovati amplificati nelle loro conseguenze, e al centro di rinnovate riflessioni e dibattiti, tra *fake news* e propaganda, scontri tra opinioni e parole spesso vuote. Da una parte, l'emergere della crisi, il lockdown prima e le fasi di continui aggiustamenti poi, hanno messo sotto gli occhi di tutti quanto la nostra conoscenza del mondo, la "realtà", sia sempre e comunque in larga parte mediata, passando attraverso strumenti di comunicazione che la ritagliano, la definiscono, la mettono costantemente in quadro, la interpretano, ci forniscono larga parte di quello che crediamo di sapere. È un aspetto valido sempre, ma mai così ampio e totalizzante quanto in un tempo di mobilità ridotta se non annullata, di scambi personali e professionali che passano anch'essi dagli schermi, di forti bisogni di approfondimento (o di svago) che solo nell'editoria, in televisione o sulle piattaforme digitali riescono a trovare risposta, per quanto frammentaria e parziale. Nella crisi, i media hanno confermato appieno la loro importanza, la loro capacità di innervare la società, la cultura, la politica contemporanee e (almeno talvolta) di influenzarle in profondità. Dall'altra parte, questi stessi mesi hanno finito per far esplodere e rafforzare una serie di problemi di lungo corso dell'informazione nazionale e globale, già da molto tempo (o forse da sempre, costitutivamente) in crisi, affaticata se non malata, con tensioni, limiti e inadempienze che impattano fortemente anch'esse sull'opinione pubblica, sul discorso condiviso, sul corretto funzionamento dei sistemi democratici. Al crescere e rafforzarsi della centralità dei mezzi di informazione, fanno da contrappunto le loro difficoltà sempre maggiori a rispondere alle necessità reali di lettori, spettatori e cittadini, tra enfasi, polarizzazione, superficialità e altre scorciatoie.

La frizione tra un'importanza confermata e addirittura ampliata del giornalismo e dei media e le loro tante simultanee mancanze ha portato, fin dall'inizio della pandemia, a un'auto-riflessione perenne, con ragionamenti e analisi continue. L'informazione, ed è una sua forza e un suo tic insieme, approfondisce costantemente anche se stessa, sviluppa una riflessione meta-discorsiva, si mette in gioco e in esame. Raccoglie dati e cerca di capire. Nel complesso quadro contemporaneo, ci sono gli errori, le sciatterie, le falsità, gli inciampi e le indignazioni che durano qualche giorno o qualche ora, la tendenza a trasformare ogni notizia in un confronto tra posizioni opposte, le tante conseguenze di cattive pratiche, e al tempo stesso il ruolo cruciale, i tanti esempi eccellenti, l'utilità e la necessità profonde dei fatti e del commento, il servizio (al) pubblico, ancora di più in condizioni emergenziali inedite. Fin dalle prime righe, il report dell'Osservatorio sul Giornalismo dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM), uscito a fine 2020, sintetizza bene la duplicità: «l'emergenza Covid-19 ha rappresentato un importante banco di prova per il sistema dell'informazione, posto nuovamente al centro del dibattito pubblico e politico in quanto decisivo snodo per la circolazione di notizie e aggiornamenti di natura medico-sanitaria (e non solo), strumento di aggregazione delle comunità locali e, in definitiva, componente fondamentale per la tenuta dei delicati equilibri su cui si fondano la nostra società e la stessa vita collettiva. La copertura informativa dell'emergenza ha rappresentato però anche una sfida rilevante per lo status professionale di chi si occupa della produzione di notizie, ovvero i giornalisti, già alle prese con l'ascesa delle piattaforme online come intermediari dell'informazione e con la circolazione di contenuti di disinformazione». Come spesso accade, anche la riflessione sullo statuto, sulle funzioni e sulle difficoltà del giornalismo, e più in generale della comunicazione, è stratificato e per molti versi contraddittorio: si sovrappongono storia e cronaca, i mali endemici di un settore che non ha probabilmente mai vissuto un'età dell'oro e le sfide contemporanee del sovraffollamento digitale; si intrecciano tra loro questioni

diverse, parallele ma non per questo pienamente assimilabili o coincidenti; si registrano fenomeni a lungo sotto traccia che stanno rivelandosi in modo più esplicito anche grazie alla crisi generalizzata degli ultimi mesi, in vista di quelle decisioni e riparazioni che andranno prese nei prossimi. Per tentare di fare ordine, almeno in parte, nella discussione in corso, certo complessa e talora confusa, questo contributo proverà a sintetizzare tre punti-chiave di carattere trasversale, insieme snodi importanti di una diagnosi e possibili aspetti su cui si potrebbe, o forse dovrebbe, intervenire.

Caduta delle barriere

In primo luogo, ogni riflessione che voglia davvero comprendere lo scenario contemporaneo dovrebbe affrontare il giornalismo, l'informazione e i media non nei suoi settori distinti ma nella sua totalità. Ciò che tendiamo spesso a scomporre in segmenti, per praticità o dipendenza dal percorso di un'evoluzione storica, è piuttosto un sistema in costante relazione, e che nell'insieme contribuisce a modellare la realtà e le nostre percezioni e opinioni. Questo vale nell'analisi dei problemi, dove troppo spesso si isola una parte invece del tutto, dando la colpa ai social, sottolineando i dati in discesa dei quotidiani cartacei, o lamentandosi di un'informazione televisiva enfatica e pressapochista. Come ha scritto Philip Di Salvo in un contributo su *Link. Idee per la televisione*, invece, «la pandemia ci ha messo di fronte alla realtà di come il disturbo dell'informazione contemporanea sia sistemico e vada oltre la dicotomia online/offline. Si tratta di un fenomeno trasversale a tutti i media, compresi quelli più tradizionali e popolari, televisione *in primis*, che troppo spesso diventano megafoni di contenuti non verificati, malamente raccolti, peggio raccontati e offerti con standard giornalistici bassi. La crisi ha spinto all'estremo varie dinamiche del fenomeno: i social media come amplificatori dell'emotività e della paura, oltre che terreno di scontro per la propaganda digitale, e i giornali online ancora persi in modelli di business basati sull'aggregazione massiccia di like e attenzione, che inevitabilmente spingono alla sovrapproduzione e alla sciatteria». Ma lo stesso vale anche nella ricerca e nella proposta di possibili soluzioni, che accanto agli interventi più specifici devono prevedere – di fronte a un pubblico mobile, travolto da un'abbondanza molteplice – anche una gestione complessiva dell'informazione come sistema, senza barriere e senza pregiudizi. Nei fatti, molto spesso, ogni discorso sul giornalismo, a livello internazionale e ancora di più entro il contesto italiano, distingue più blocchi separati, concentrandosi ora sull'uno ora sull'altro, mettendoli in opposizione, formulando proposte che non tengono conto del resto. Un po' grossolanamente, c'è un mondo dell'informazione quotidiana (e talvolta periodica), erede delle testate cartacee anche quando si sposta online, ambito privilegiato di un giornalismo che magari perde posizioni ma tiene salda la presa sui leader d'opinione, sulla politica, sull'economia; c'è un altro mondo fatto di notizie che passano dalla televisione (e talvolta dalla radio), ribalta ambita per vanità più che per prestigio, spazio della breaking news, della sintesi e del dibattito più che dell'approfondimento; e c'è ancora un altro mondo del digitale puro, dei social media su cui sono spesso scaricate le colpe dell'approssimazione o della falsità, come di un'informazione liquida, slegata dalle testate, che circola con (apparente) autonomia, dove gli entusiasmi iniziali sulla partecipazione dal basso hanno lasciato poi spazio alle paure sull'avvelenamento dei pozzi. È innegabile che vi siano differenze profonde. Cambiano i linguaggi più adatti, le estetiche, i criteri di notiziabilità e di valutazione. Cambiano le gerarchie di rispettabilità, con la supremazia della carta, la “larghezza” della tv, l'immediatezza e l'apparente disintermediazione dei social. Cambiano i ruoli, le sovvenzioni, le regole del gioco, persino i ministeri e i sottosegretariati di riferimento. Cambiano i regimi di visibilità, con l'approdo lento ai quotidiani o alle news televisive di chi si è fatto le ossa online, o il tentativo di confermare anche negli spazi digitali l'autorevolezza costruita e garantita altrove. Spesso poi, anche in tempi pandemici, il dibattito sullo stato dell'informazione finisce per concentrarsi sui giornali e sulle piattaforme online, dimenticandosi (o trascurando consapevolmente) quei mezzi come la televisione e quegli spazi come i telegiornali, le inchieste, i talk show, che sono magari meno brillanti ma numeri alla mano costituiscono sovente la fonte più importante nella dieta informativa di ampie fasce della popolazione, poco rappresentate ma comunque presenti (e politicamente cruciali). Contro la logica dei compartimenti stagni, potrebbe invece essere utile pensare a un sistema unico dei media informativi: al di là delle specificità, che certo rimangono, uno scenario contemporaneo digitale e convergente non può lasciare zone d'ombra, ma deve tenere conto della molteplicità delle fonti e della diversità delle pratiche di approvvigionamento da parte di chi si informa, consumando media multipli,

passando senza soluzione di continuità, e spesso senza una piena consapevolezza, tra spazi differenti. Chi più chi meno, abitiamo tutti questo scenario. E di più, inoltre, si potrebbe osare ancora, arrivando a comprendere, in questo insieme allargato, anche tutti quei contenuti che, su carta, a video e online, non consideriamo informazione ma intrattenimento, che in modi di certo più indiretti ma altrettanto potenti contribuiscono alla nostra costruzione e definizione del mondo. Le barriere sono cadute, i confini si stanno assottigliando, ed è utile tenerne conto. Per quanto difficile.

Sostenibilità e compromessi

Proprio dalla (apparente) polarità tra informazione e intrattenimento, ma non solo, emerge un secondo punto importante che attraversa la riflessione contemporanea sul giornalismo, nella tensione fortemente problematica, e da sciogliere in qualche modo, tra le logiche di carattere editoriale e quelle commerciali, e tra la necessità di offrire un servizio a chi legge, ascolta e guarda e il perseguimento di una sostenibilità economica sempre più ardua in situazioni di accresciuta concorrenza e forte riduzione dei ricavi. Sta in questo punto una delle più forti vulnerabilità dell'informazione contemporanea, chiamata a obiettivi di importanza fondamentale proprio nel momento in cui le sue basi vengono messe in discussione. Ormai da decenni l'intero sistema affronta una progressiva contrazione delle risorse disponibili e un aumento della concorrenza sui vari fronti, che insieme conducono a fenomeni di concentrazione. La riduzione degli organici, l'anzianità sempre maggiore di chi "sta dentro" alle redazioni, la precarietà dei *freelance* che ne "stanno fuori", la crescente dipendenza da fonti esterne e la diminuzione del lavoro originale sul campo spiegano bene quanto la qualità abbia un costo, e quanto proprio la qualità sia il primo fattore a essere, se non sacrificato, profondamente rimodulato in un contesto in evoluzione. Come ha di recente affermato sul *Los Angeles Times* Chris Stirewalt, giornalista televisivo di Fox News poi licenziato dal canale, tradotto e citato dalla benemerita newsletter "Charlie" de *il Post* che settimanalmente si occupa a fondo di giornalismo: «È una nazione di consumatori di notizie sia obesa che malnutrita. Gli americani si cibano quotidianamente di calorie povere di informazione, concedendosi abusi di zuccheri e mezze verità autocompiaciute o persino vere e proprie bugie. Su qualunque piattaforma di informazione, il vantaggio competitivo è di chi può creare dipendenza nei clienti, che in questo sistema così schiavo di numeri e dati significa evitare a ogni costo di interferire con la realtà e di dare priorità all'abitudine piuttosto che all'informazione stessa: e i clienti sono sempre più intolleranti di ogni eccezione alla loro dieta quotidiana». Stirewalt si riferisce agli Stati Uniti degli anni di Donald Trump e delle ultime elezioni presidenziali, ma tale discorso può essere facilmente esteso anche altrove, Italia compresa.

Si sovrappongono qui due aspetti, valido per la stragrande maggioranza delle attività giornalistiche, informative, culturali. In primo luogo, c'è il rapporto, da mettere a punto e regolare, tra la sussistenza delle imprese editoriali e il loro ruolo culturale, sociale e politico: una relazione ancora più importante in tempi di crisi, di tagli e di cambiamenti profondi, dove l'onda lunga della transizione al digitale e delle crisi precedenti non si è ancora esaurita, mentre già una nuova crisi si abbatte su tutti. E in secondo luogo, parallelamente, c'è il rapporto tra la funzione di servizio al cittadino del giornalismo e gli altri obiettivi, di carattere industriale e commerciale, che lo portano altrove, che contaminano i nobili ideali e una purezza mai davvero esistita con i compromessi, le necessità, le piccole e grandi furbizie. È qui, in questa doppia tensione, che hanno la loro radice il posizionamento delle fonti informative sia nell'agone politico sia soprattutto sullo scaffale del (super)mercato, la crescente rilevanza dei "secondi fini" che si aggiungono o sostituiscono alla relazione diretta con il lettore o spettatore, l'aumento della velocità e di una semplificazione sovente brutale e grossolana, fino alla sovrapposizione e confusione tra notizie e intrattenimento tipica di un *infotainment* che non è soltanto genere televisivo ma caratteristica delle news tutte, in modo trasversale ai media, dalle testate più blasonate alle *gallery* digitali e al *clickbait* dei social. Sintetizzando e semplificando molto ancora una volta, oggi nel giornalismo è sempre più problematica la compresenza tra un bene condiviso, quello dell'informazione, e gli interessi privati di società che solo facendo quadrare i conti ed espandendo i pubblici (generalisti o segmentati) possono stare sul mercato. Allora può essere utile, di nuovo in chiave sistemica, allargare all'intero giornalismo quell'idea di servizio pubblico consolidatasi per il broadcasting e spesso legata al solo mezzo televisivo, e in particolare nel nostro Paese alla Rai. Non per liquidarla o invocarne stolidamente il superamento, come spesso accade sugli stessi giornali, in seguito a vere o presunte mancanze della concessionaria radio-televisiva. E non

per limare o ridiscutere ancora quei contributi indiretti e diretti alla stampa cartacea che, dopo tante riforme dannose e populiste, finiscono per premiare soprattutto chi è più capace di aggirare le norme di legge. Ma, al contrario, per pensare a un maggiore intervento pubblico come regolatore e finanziatore. In modo da mantenere anche sull'Italia un baricentro dell'informazione che inevitabilmente altrimenti si sposta altrove, su lingue più diffuse e mercati più ampi, per chi può (basti pensare alla diffusione di testate come il *New York Times* e il *Guardian*, forti della loro qualità ma anche del bacino di riferimento ben più ampio). E in modo da evitare anche la progressiva polarizzazione tra un giornalismo di prima classe, *premium*, di élite, rivolto a pochi (migliori, ricchi, istruiti, consapevoli) e un'informazione *basic* di seconda classe, di grana grossa e spesso di cattiva qualità, per una massa che non cerca attivamente le notizie. Mai come quest'anno si è capito quanto l'informazione necessiti di una dimensione pubblica, condivisa, trasversale. Superare i fallimenti del mercato è (anche) un obiettivo fortemente democratico.

Servizio (al) pubblico, davvero

Riconoscere la rilevanza dell'informazione, tutta, come servizio pubblico – ed è un terzo punto – vuol dire anche porsi il problema di avere e trovare davvero un pubblico a cui rivolgersi. In una prima fase del passaggio al digitale, dei “nuovi” media (ormai pluridecennali) e della riconfigurazione di quelli che c'erano già, si è messa in luce soprattutto la capacità di innescare una partecipazione *grassroots*, dal basso, con i cittadini coinvolti direttamente nella produzione di notizie (dal *citizen journalism* agli *user generated content*, per usare parole chiave passate un po' di moda). Molto presto però questo entusiasmo è stato ampiamente smorzato da riflessioni più sfumate e negative, dal rumore di fondo creato proprio da tale partecipazione, dall'amaro accorgersi delle conseguenze polarizzanti e disaggreganti degli spazi online. Ed ecco allora la necessità di un nuovo equilibrio tra la complementarietà e la frammentazione digitali, da un lato, e il bisogno profondo di un'informazione larga, trasversale e di massa come carburante che possa far funzionare il sistema democratico, come collante di una società altrimenti frantumata.

La personalizzazione, la scelta individuale, la capacità di costruirsi un percorso indipendente, in generale e soprattutto nel giornalismo, hanno portato alla suddivisione del pubblico in nuclei più piccoli, e a volte contrapposti, che abitano realtà (o post-realtà) in buona parte differenti. Agli esordi del fenomeno, si parlava di “balcanizzazione”, con riferimento alle tante linee di frattura della regione a noi vicina. Più di recente, si è diffusa la fortunata metafora della bolla di filtraggio, coniata da Eli Pariser, la *filter bubble* che poi si è agilmente semplificata in “bolla” e “bolle”, rivendicate con un certo gusto e orgoglio da chi ne fa parte, innescando dinamiche di innesto ed esclusione, prestigio e purezza nelle visioni del mondo. Come ha messo bene in evidenza tra gli altri Damiano Palano nel suo recente *Bubble Democracy*, però, nel momento in cui «elimina dalla nostra visuale i punti di vista alternativi» la bolla finisce per imprigionarci inconsapevolmente, per escluderci da tutto ciò che non vediamo, per convincerci non solo di essere nel giusto ma anche di averne la sola, principale titolarità. Ma è una visione parziale. Mentre siamo tutti impegnati sulla polemica del giorno, tra giornali e social – o, ancor meglio, mentre siamo tutti impegnati ciascuno sulla *propria* polemica del giorno, selezionando quella più adatta ai gusti di ciascuno –, intanto, rischiamo di dimenticarci del piano condiviso, del “basso continuo” che dovrebbe unirci tutti. E ce ne accorgiamo di nuovo solo facendo zapping sulla tv generalista, o grazie ai risultati dei sondaggi.

La logica della bolla si dimentica che la sfera pubblica è quella più grande e inclusiva, e che non può limitarsi alla somma di nuclei separati ma ha un valore che trascende le singole parti. E questo valore è spesso dato solo dai media che cercano di rivolgersi a una massa ampia e diversificata, che riducono per quanto possibile le barriere all'ingresso, che si pongono il problema di spiegare e accompagnare, che si presentano con chiarezza e con la stessa chiarezza e trasparenza esplicitano obiettivi e interessi. Anche questo dev'essere giornalismo, dev'essere informazione, e ben vengano le contaminazioni con il suffisso *-tainment* se aiutano nello scopo di andar fuori dalle bolle, oltre alle bolle, insieme alle bolle. Ancora una volta, si tratta di fare sistema e di considerare l'intera comunicazione come tale. Ancora una volta, si tratta di supportare qualcosa che sia rivolto a tutti e non solo alla nicchia dei “migliori”, e di concentrare (anche) lì gli sforzi di un'ecologia informativa. Nello scenario contemporaneo, c'è Netflix ma anche il telegiornale generalista, ci sono Twitter e anche Facebook, ci sono i giornali e le catene di Whatsapp. Ignorarne l'esistenza, o far finta di nulla, aiuta forse l'individuo ma certo non la collettività.

Guarire le democrazie, insomma, passa anche da una maggiore consapevolezza del ruolo dei mezzi di comunicazione e dell'intero sistema informativo. Ma per riuscirci occorre smettere di considerarli solo un contorno, un "di più", un'aggiunta inessenziale alle cose davvero importanti, e accorgersi appieno invece del ruolo di filtro e di mediatore che questi strumenti hanno rispetto a un mondo che tutti, in generale e sempre più, esperiamo in forma mediata. Tutti noi, lettori e spettatori, cittadini, formatori, opinion leader e policy maker, operatori del settore o semplici curiosi, siamo coinvolti. Capire quanto la nostra comprensione del mondo arrivi, consapevolmente o meno, da una molteplicità di binari, può portarci a insistere verso uno sguardo non parziale ma complessivo sull'informazione contemporanea. Capire quanto sia importante la funzione di servizio pubblico anche per tutti gli operatori commerciali può aiutarci a riformulare gli investimenti anche pubblici sul settore, a chiederli invece di limarli. Capire quanto siamo tutti parte di una comunità di pubblico, al di là delle barriere, e quanto i media siano la sola grande agenzia di socializzazione collettiva insieme alla scuola, può invitarci a scardinare almeno ogni tanto le bolle e a ritrovare la forza e la potenza dell'informazione generalista, per tutti. Su ciascuna di queste strade, una volta passata l'emergenza, ci sarà parecchio lavoro da fare.