

Saggi. Storia e scienze sociali





ShoWar

La guerra in Ucraina come spettacolo

a cura di
Anna Maria Lorusso e Marco Santoro



DONZELLI EDITORE



Volume pubblicato con un contributo del
Dipartimento delle Arti – Alma Mater Studiorum – Università di Bologna.

© 2025 Donzelli editore
Roma, via Mentana 2b
www.donzelli.it

ISBN 978-88-5522-690-5

Indice

- p. 3 Lo spettacolo della guerra
Introduzione di Anna Maria Lorusso e Marco Santoro
- 21 I. La guerra stampata
di Simone Papale e Marco Solaroli
- 39 II. L'insostenibile leggerezza della guerra televisiva
di Giovanna Cosenza
- 59 III. La guerra degli esperti di guerra
di Marco Santoro
- 81 IV. La guerra dei droni e «il campo della battaglia»
di Alessandra Bonazzi
- 99 V. Déjà-vu e statues quo.
Fronti museali e fronti monumentali
di Chiara Tartarini
- 125 VI. Combattere con lo sport. L'impatto della guerra in Ucraina,
sullo sport internazionale
di Riccardo Brizzi e Nicola Sbeti
- 145 VII. Political or not political? Eurovision Song Contest,
teatro della guerra (televisivo-musicale) russo-ucraina
di Lucio Spaziante
- 159 VIII. La guerra prima della guerra nel cinema ucraino: immagini,
storie e paesaggi per l'interpretazione di un conflitto
di Cristina Demaria
- 181 IX. Volodymyr Zelensky: da leader a eroe
di Anna Maria Lorusso
- 207 Le autrici e gli autori



ShoWar



II. L'insostenibile leggerezza della guerra televisiva

di Giovanna Cosenza

1. *Infotainment ed eventi tragici.*

Di spettacolarizzazione dell'informazione o *infotainment* (termine che combina *information* e *entertainment*) si parla da molti anni, soprattutto in riferimento alla televisione, ma non solo¹. In Italia le radici del fenomeno risalgono alla «neotelevisione», che Umberto Eco² caratterizzò fin dalla fine degli anni settanta e i primissimi ottanta, quando presero a moltiplicarsi le TV private, i canali e i programmi televisivi, sostenuti in modo crescente dalla pubblicità commerciale. Fu allora che la logica dell'intrattenimento cominciò a prevalere nel mezzo televisivo, contagiando progressivamente anche il genere che di principio avrebbe dovuto starne più lontano possibile: quello dell'informazione giornalistica, intesa sia come *news* sia come *inchiesta* e *approfondimento*.

Dagli anni ottanta a oggi, gli studi di ambito sociologico, massmediologico e semiotico che si sono occupati di *infotainment* sono numerosi³. Nel tempo, una mole di lavori condotti con sguardi disciplinari e

¹ In origine la parola *infotainment* mescolava due macrogeneri tipici della radio e della televisione. In seguito, con la moltiplicazione e frammentazione dell'offerta televisiva e radiofonica sulle varie piattaforme online, la parola ha esteso il suo raggio di applicazione.

² U. Eco, *TV: la trasparenza perduta*, in M. Wolf (a cura di), *Tra informazione ed evasione. I programmi televisivi di intrattenimento*, Eri, Roma 1981 (poi in U. Eco, *Sette anni di desiderio*, Bompiani, Milano 1983, pp. 163-79).

³ La letteratura che ha studiato i diversi formati e generi dell'*infotainment* televisivo e la loro evoluzione nel tempo è sterminata. Per la sociologia e per l'ambito dei *media studies* segnalo, in ordine cronologico: N. Postman, *Amusing Ourselves to Death. Public Discourse in the Age of Show Business*, Penguin, New York 1985 (trad. it. *Divertirsi da morire. Il discorso pubblico nell'era dello spettacolo*, Marsilio, Padova 2002); K. Brants, *Who's Afraid of Infotainment?*, in «European Journal of Communication», XIII, 1998, 3, pp. 315-35; A. Grasso - M. Scaglioni, *Che cos'è la televisione. Il piccolo schermo fra cultura e società. I generi, l'industria, il pubblico*, Garzanti, Milano 2003; E. Menduni, *I linguaggi della radio e della televisione. Teorie, tecniche, formati*, Laterza, Roma-Bari 2008; G. Mazzoleni - A. Sfondini, *Politica pop. Da «Porta a Porta» a «L'isola dei famosi»*, il Mulino, Bologna 2009; A. Grasso, *Prima lezione sulla televisione*, Laterza, Roma-Bari 2011; C. Freccero, *Televisione*, Bollati Boringhieri, Torino 2013; V. Innocenti - M. Perotta, *Factual, Reality, Makeover. Lo spettacolo della trasformazione nella televisione contemporanea*, Bulzoni, Roma 2013; E. Novelli, *La*

metodologie diverse ha progressivamente individuato nell'*infotainment* che contraddistingue le televisioni generaliste occidentali⁴ – non solo in Italia ma in Europa e negli Stati Uniti – alcune caratteristiche che sono ricorrenti, pur nella variabilità dei generi, dei formati, dei canali e dei contesti nazionali. Fra queste, estraggo e sintetizzo qui di seguito quelle che ritengo più utili per descrivere il modo in cui oggi la *televisione generalista italiana* – di cui mi occuperò in questo contributo – presenta notizie, inchieste e approfondimenti in specifico sugli *eventi tragici*, vale a dire sui fatti che comportano la morte di una o più persone: incidenti, calamità naturali, omicidi, femminicidi, atti terroristici, guerre.

Ecco la mia selezione dei tratti più ricorrenti:

1) l'*assalto* giornalistico al luogo dell'evento tragico, con collegamento in diretta (anche 24 ore su 24) da quel luogo allo studio televisivo che ne dà notizia e/o ne elabora l'approfondimento;

2) la *narrativizzazione* della notizia o del suo approfondimento, costruita mettendo in risalto, e spesso accentuando rispetto ai fatti reali, i *contrast*i non solo fra personaggi, per cui si mettono in scena *eroi* e *antieroi*, ma anche fra scenari, situazioni, sistemi di valori;

3) la *costruzione conflittuale* dei *commenti* che sulla notizia sono chiamati a dare i/le opinion maker (giornalisti/e, leader politici, uomini e donne di spettacolo), ospitati e intervistati nei programmi d'informazione per dare voce a pareri, ideologie, parti politiche diverse; anche in questo caso, il focus sulla *contrapposizione* spesso trascura o ridimensiona le idee e le prospettive che in realtà i/le opinionisti/e hanno in comune;

democrazia del talk show. Storia di un genere che ha cambiato la televisione, la politica, l'Italia, Carocci, Roma 2016. Per l'ambito semiotico suggerisco, sempre in ordine cronologico: Eco, *TV: la trasparenza perduta* cit.; G. Bettetini, *La conversazione audiovisiva. Problemi dell'enunciazione filmica e televisiva*, Bompiani, Milano 1984; F. Casetti (a cura di), *Tra te e me. Strategie di coinvolgimento del telespettatore nei programmi della neotelevisione*, Nuova ERI, Roma 1988; O. Calabrese, S. Cavicchioli, I. Pezzini, *Vuoto a rendere. Il contenitore: slittamenti progressivi di un modello televisivo*, Nuova ERI, Roma 1989; R. Grandi (a cura di), *I mass media fra testo e contesto*, Lupetti, Milano 1992; G. Caprettini, *Totem e tivù*, Marsilio, Venezia 1994; S. Cavicchioli - I. Pezzini, *La tv verità. Da «finestra sul mondo» a Panopticon*, Nuova ERI, Roma 1993; I. Pezzini, *La TV delle parole. Grammatica del talk show*, Nuova ERI, Roma 1999; C. De Maria, L. Grosso, L. Spaziante, *Reality TV*, Nuova ERI, Roma 2002; U. Eco, *Sulla televisione. Scritti 1956-2015*, a cura di G. Marrone, La nave di Teseo, Milano 2018.

⁴ L'espressione «televisione generalista» indica le reti televisive che trasmettono programmi di generi diversi, come notizie, intrattenimento, sport, cultura, destinati a un pubblico vasto ed eterogeneo, a differenza delle reti tematiche o verticali, che offrono a target mirati una programmazione omogenea.

4) l'attenzione per la *vita privata* – e cioè per le relazioni familiari, affettive e perfino sessuali – delle cosiddette «persone comuni» coinvolte nella tragedia (defunte o sopravvissute che siano), attenzione che si traduce ancora una volta in una resa narrativa, costruita con aneddoti, microstorie, retrospettive o racconti su scenari futuri;

5) l'enfasi sul *dolore* che le «persone comuni» sopravvissute alla tragedia provano, un dolore che non è solo descritto verbalmente da conduttori e conduttrici, giornalisti e reporter, ma viene soprattutto mostrato – e spesso esibito con insistenza – in tutti i gradi d'intensità (dalla tristezza più composta alla disperazione più urlata), o facendo parlare chi soffre (descrizioni, racconti, lamenti, imprecazioni) o rivolgendo la telecamera sulle manifestazioni non verbali della sofferenza: occhi, volti, gesti, posizioni del corpo che esprimono tutta la gamma di emozioni negative conseguenti alla tragedia⁵.

In oltre quarant'anni, questi ingredienti si sono diffusi e stabilizzati nelle televisioni occidentali al punto tale che ormai i *media studies* li danno quasi per scontati. Per indicare le loro peggiori applicazioni, in Italia si usa, anche fuori dall'ambiente accademico, l'espressione «TV del dolore»⁶.

Tuttavia, la guerra in Ucraina ha introdotto in questa tendenza consolidata almeno due novità. La prima è il *tipo di tragedia*: è infatti una guerra che si combatte nel cuore dell'Europa e che richiama un'attenzione politico-mediatica globale, il che non accadeva dal secondo conflitto mondiale. La seconda particolarità nasce dalla sua *collocazione nel tempo*: il conflitto è arrivato subito dopo un'altra tragedia altrettanto inedita e globale, la pandemia da Covid-19.

Queste due specificità hanno inserito nella spettacolarizzazione televisiva della guerra in Ucraina alcuni tratti distintivi che, come vedremo, vale la pena approfondire, non tanto perché siano nuovi in assoluto (sono infatti correlati alle caratteristiche di cui sopra), ma perché hanno aggravato un parossismo da cui la TV generalista non riesce a liberarsi.

⁵ Per approfondire le caratteristiche dell'*infotainment* italiano negli ultimi quarant'anni, mi limito a rimandare all'illuminante e anticipatore lavoro di Eco, pubblicato la prima volta nel 1981, *TV: la trasparenza perduta* cit., e alla raccolta di tutti i suoi scritti sulla televisione, curata da Gianfranco Marrone, *Sulla televisione. Scritti 1956-2015* cit.

⁶ Sulla televisione del dolore italiana si veda l'analisi quali-quantitativa *La TV del dolore*, condotta nel 2014 dall'Osservatorio di Pavia in collaborazione con l'Ordine nazionale dei giornalisti. La ricerca è reperibile all'indirizzo https://www.osservatorio.it/wp-content/uploads/TV_dolore_analisi-qualitativa.pdf (ultima consultazione: 5 luglio 2024).

2. Quali programmi e perché.

Dal 24 febbraio 2022 ho seguito con attenzione, sia come cittadina che come studiosa, più o meno tutti i programmi televisivi che davano notizie e approfondimenti sul conflitto in Ucraina, traendone fin dai primissimi giorni un'impressione d'insieme che all'epoca riassumevo in due parole: *inopportunità* e *straniamento*. Ho infatti avvertito subito, da un lato, che il modo in cui la televisione trattava e approfondiva la notizia era nel complesso a tal punto inadeguato da essere spesso *sconveniente*, dall'altro, che la confusione fra fiction e realtà, tipica dell'*infotainment*, era arrivata a produrre, stavolta, una *derealizzazione* eccessiva. L'impressione generale, insomma, per quanto ancora informale, era già talmente forte che ho deciso di verificarla e precisarla, isolando analiticamente i tratti che contribuivano a crearla.

Per farlo, ho condotto un'analisi sistematica di alcuni *talk show* della televisione italiana in chiaro, concentrandomi anzitutto sul primo mese di guerra e poi, per verificare se i risultati del mio lavoro si ritrovassero anche in seguito, sui mesi di settembre e ottobre 2022, quando l'attenzione mediatica sulla guerra calò drasticamente per concentrarsi sulle elezioni politiche del 25 settembre.

Ho scelto questo genere televisivo, sia perché il talk show in Italia è molto frequente (se ne contano oltre una decina a settimana), sia perché, nel dosaggio fra informazione e intrattenimento, esso occupa la posizione più equilibrata fra questi due poli: da un lato, la «pura informazione» idealmente presentata da alcuni telegiornali, dall'altro, l'intrattenimento più «emozionale» – il cosiddetto *infomotion* – che di solito va in onda in alcune trasmissioni del mattino, del pomeriggio e della domenica⁷.

Perciò ho selezionato i primi quattro talk giornalistici di *prime time*⁸ che nel periodo gennaio–novembre 2022 hanno ottenuto i migliori dati di audience, e mi sono limitata a quattro perché già questi rappresentavano in modo equilibrato le principali tendenze politico–mediatiche italiane. Questi sono i programmi che, in ordine decrescente, hanno ottenuto i dati Auditel più alti nel periodo esaminato, secondo quanto riportato dal canale web TvBlog della testata giornalistica «Blogo»⁹:

⁷ Mazzoleni – Sfardini, *Politica pop. Da «Porta a Porta» a «L'isola dei famosi»* cit., cap. 2.

⁸ In gergo televisivo il *prime time*, o prima serata, è l'orario fra le 20.30 e le 22.30. Tutti i talk show che ho preso in esame cominciano in quella fascia oraria e finiscono intorno alla mezzanotte o vanno oltre.

⁹ «Blogo» è una testata dell'editore T-Mediahouse, di proprietà di Triboo S.p.a., diretta da Gabriele Capasso.

1) *DiMartedì*, condotto da Giovanni Floris per La7, che da gennaio a fine ottobre 2022 ha ottenuto un dato medio di telespettatori di 1 218 000, pari al 6,51% di share;

2) *Dritto e rovescio*, condotto da Paolo Del Debbio per Rete 4 il giovedì sera, con un dato medio, nel periodo osservato, di 1 001 000 telespettatori, pari al 6,50% di share;

3) *Piazzapulita*, trasmesso il giovedì sera su La7 e condotto da Corrado Formigli, con 889 000 telespettatori e il 5,66% di share, sempre negli stessi mesi;

4) *Fuori dal coro*, in onda il martedì sera e condotto da Mario Giordano con una media, nell'arco di tempo selezionato, di 874 000 telespettatori, equivalente al 5,53% di share¹⁰.

Per quel che riguarda le tendenze politico-mediatiche, *DiMartedì* e *Piazzapulita* possono essere attribuiti al centrosinistra, mentre *Dritto e rovescio* e *Fuori dal coro* si attestano sul centrodestra.

3. La derealizzazione.

L'inserimento massiccio di *tratti finzionali* nelle trasmissioni esaminate è stato evidente fin dalla loro prima puntata, pochi giorni dopo lo scoppio della guerra. Mi concentrerò solo sulle prime quattro puntate, non tanto perché estrarre dettagli analitici da tutto il *corpus* occuperebbe troppo spazio, ma perché gli inizi già rappresentano pienamente il modo in cui i programmi hanno poi continuato a trattare la guerra in Ucraina in tutto il periodo preso in considerazione (e oltre). Inoltre, le caratteristiche che descriverò in modo analitico, traendo esempi da queste puntate, si ritrovano regolarmente non solo nel *corpus* indagato, ma anche in altri talk (*Cartabianca*, allora su Rai 3, *Quarta Repubblica* su Rete 4, *Zona bianca*, sempre su Rete 4, che sono al quinto, sesto, settimo posto nello share di quei mesi) e persino nei telegiornali del periodo.

Per prima cosa va detto che, nonostante l'eccezionalità dei fatti fosse proclamata da giorni, la redazione di nessuno dei talk osservati ha cambiato *nulla* nel consueto modo di condurre la serata: non la copertina, non lo stile di conduzione, non il commento musicale, non l'avvicendamento fra ospiti in studio e collegamenti con inviati e opinion maker esterni, né tanto meno, per vincoli contrattuali, l'inserimento di

¹⁰ Fonte: <https://www.tvblog.it/post/talk-show-prima-serata-classifica-auditel-ascolti> (ultima consultazione: 5 luglio 2024).

spot commerciali. Tutto identico a sé stesso, anche per trattare un evento così eccezionale e inedito.

DiMartedì

La puntata di *DiMartedì* del 1° marzo 2022¹¹ è introdotta dalle parole di Giovanni Floris che, con il volto serio (cioè consono alla gravità della situazione, cfr. *infra*, pp. 50-2), annuncia che sarà «una serata importante», dice che ci sarà un collegamento con la Farnesina, grazie al quale il ministro (all'epoca Luigi Di Maio) spiegherà «quale può essere, almeno potenzialmente, il nostro coinvolgimento» nella guerra, quindi commenta l'ingresso di Roberto Saviano dicendo che, come ospite, «ci parlerà di Putin, di chi è veramente Putin», infine si ferma per una «piccola pausa» pubblicitaria. Alla ripresa, una panoramica dello studio mostra, lontani ma riconoscibili, diversi ospiti «importanti», come dice Floris, che così prosegue:

Vedete, lo studio è già pronto e forse è pronto anche il collegamento con la Farnesina ma, dopo una minima pausa di qualche secondo, si inizierà, come sempre, da Luca e Paolo.

E mentre presenta la consueta copertina affidata ai due comici Luca Bizzarri e Paolo Kessisoglu, Floris accenna a un sorriso, come per rassicurare il pubblico che, malgrado tutto, il siparietto comico-satirico non mancherà. L'effetto è, se non quello di togliere realtà alla guerra, perlomeno di farla percepire come più lontana, meno grave: anche se da giorni i media parlano dei problemi che il conflitto potrebbe portare in Italia (carovita, coinvolgimento più o meno diretto, rischio nucleare) e anche se tutto appare difficile, Floris sorride come se niente fosse (cfr. *infra*, pp. 50-2).

Dritto e rovescio

Nell'anteprima della puntata di *Dritto e rovescio* del 3 marzo 2022¹², il conduttore Paolo Del Debbio chiarisce subito, con il volto serio, quello che chiama il «senso della sua presenza», e cioè «una solidarietà assoluta con le donne e gli uomini dell'Ucraina». Lo dice mentre la telecamera inquadra alcune donne in studio vestite con abiti che ricordano i costumi tradizionali ucraini e/o avvolte nella bandiera giallo-blu ucraina, donne alle quali Del Debbio passerà poi la parola. Pochi mi-

¹¹ La puntata è visibile all'indirizzo: <https://www.la7.it/dimartedi/rivedila7/dimartedi-puntata-del-132022-02-03-2022-426250> (ultima consultazione: 5 luglio 2024).

¹² La puntata è visibile all'indirizzo: https://mediasetinfinity.mediaset.it/video/drittoe-rovescio/puntata-del-3-marzo_F311546701800801 (ultima consultazione: 5 luglio 2014).

nuti dopo, una panoramica dello studio mostra il presentatore al centro, circondato da immagini di esplosioni e fiamme. Gli schermi, così disposti, perdono il loro significato di «finestre sul mondo» per acquisire quello di «scenografia» o addirittura «ornamento»: non avviene più, insomma, quello che in semiotica si chiama *débrayage enunciativo*¹³ e che in questo caso è il distacco dal set televisivo per uscire nel mondo esterno ed entrare nella realtà del conflitto.

La derealizzazione è forte: le immagini, infatti, sembrano far parte più della scenografia che di qualcosa che davvero è accaduto, o sta accadendo, da qualche parte nel mondo. Lo stesso effetto, quasi decorativo, è prodotto da tutte le immagini – in diretta o differita – che mostrano le facce degli inviati e delle inviate, i luoghi in cui si combatte, le vittime, i disastri.

Come se non bastasse, la stessa puntata offre uno dei primi approfondimenti sulla ormai nota serie televisiva *Servitore del popolo*, prodotta e interpretata fra il 2015 e il 2019 dallo stesso Volodymyr Zelensky, nella quale il protagonista è un insegnante di liceo inaspettatamente eletto presidente dell'Ucraina (foto in basso). È solo l'inizio: il nesso fra la serie TV e la «vita vera» di Zelensky sarà sottolineato spesso – da tutti media – nei primi mesi del 2022, fino a quando le tre stagioni della fiction, con Zelensky doppiato da Luca Bizzarri, andranno in onda su La7 dal 4 aprile 2022 in poi.

¹³ Per approfondire la teoria dell'enunciazione, entro la quale si colloca il concetto di *débrayage enunciativo*, si vedano M. P. Pozzato, *Capire la semiotica*, Carocci, Roma 2013, cap. 5, e C. Marmo, *Segni, linguaggi e testi. Semiotica per la comunicazione*, Bononia University Press, Bologna 2015, par. 11.2.



Fuori dal coro

Nell'anteprima di *Fuori dal coro* del 1° marzo 2022¹⁴, la mescolanza fra realtà e finzione è addirittura dichiarata *esplicitamente*, a parole e attraverso le immagini. Il conduttore Mario Giordano, infatti, riprende Volodymyr Zelensky:

«Non è un film», ha detto il presidente Zelensky. Non è un film questo orrore, è una guerra che ci riguarda e ci tocca anche da vicino, col suo incubo atomico, che vola sopra di noi. E noi ve la racconteremo questa sera con immagini esclusive, con notizie dirette e, come sempre, fuori dal coro.

¹⁴ La puntata è visibile all'indirizzo: https://mediasetinfinity.mediaset.it/video/fuori-dalcoro/puntata-dell1-marzo_F311546601800801 (ultima consultazione: 5 luglio 2024).



Dopo la pausa pubblicitaria, le parole di Giordano sono rinforzate dall'immagine di lui che, seduto su un divano davanti a un megaschermo, come se si trovasse in un home theatre, guarda l'inizio di un film, che parte da un conto alla rovescia (3, 2, 1...) e si blocca su immagini di fuoco. Al che, Giordano si alza ripetendo «No, non è un film, questo orrore è la realtà», ma l'effetto è precisamente il contrario: associare in modo reiterato e insistente la realtà a un film.

Contribuisce alla derealizzazione la *scenografia*. Come sempre, infatti, in *Fuori dal coro* il presentatore è circondato da *sagome di cartone* che riproducono gli/le protagonisti su cui verte la puntata di turno: Giordano si avvicina alle sagome mentre parla, toccandole, guardandole, collocandosi al loro fianco, dietro, davanti. Lo scopo dovrebbe essere «portare la realtà in studio», mentre invece tutto quel cartone non fa che iniettare bidimensionalità posticcia nei fatti, appiattendolo rappresentazione e mondo rappresentato.

Nel caso di argomenti leggeri, l'effetto è anche divertente. Ma nel caso di eventi tragici, che già di per sé, per il sovraccarico di emozioni negative che suscitano (preoccupazione, ansia, allarme), producono il desiderio di allontanarli e non pensarci, il distacco dalla realtà arriva al massimo. Se poi l'evento tragico è eccezionale come la guerra in Ucraina, vedere Giordano con uno o più cartonati di Putin (foto p. 46, in alto) o di soldati (foto p. 46, in basso) non è solo straniante, ma rasenta la sconvenienza (cfr. *infra*, pp. 50-5).

Piazzapulita

Nell'anteprima di *Piazzapulita* del 3 marzo 2022¹⁵, Formigli assume un tono un po' più grave di quello che gli è abituale (cfr. *infra*, pp. 50-2) e così esordisce:

Buonasera. Molto semplicemente: siamo in guerra, in una situazione di una gravità senza precedenti dalla fine della seconda guerra mondiale. Stasera parliamo delle soluzioni possibili per uscire da questa situazione gravissima. A tra pochissimo.

Dopo la pausa pubblicitaria, il conduttore ci mette un po' più del solito a entrare in scena: lo studio è inquadrato dall'alto, al buio, con un commento musicale incalzante e cupo. Passa una manciata di secondi e lui emerge dal nero, in lontananza, arrivando lentamente al centro:

Buonasera. È stata una giornata durissima. Le parole di Macron non lasciano spazio ai dubbi: «Il peggio deve ancora venire: Putin vuole conquistare tutta

¹⁵ La puntata è visibile all'indirizzo: <https://www.la7.it/piazzapulita/rivedila7/piazzapulita-puntata-del-332022-04-03-2022-426738> (ultima consultazione: 5 luglio 2024).

l'Ucraina». Lo ha detto Macron dopo aver parlato col presidente Vladimir Putin. D'altronde, la domanda che ci poniamo stasera è: che cosa fai, che cosa t'inventi, come fermi un uomo che esprime questo proposito, questo piano?

Parte a questo punto il video con il discorso che Putin fece il 3 marzo alla televisione russa, quando parlò di «operazione speciale», di «neonazisti camuffati da civili» e nascosti in mezzo alla popolazione ucraina, mentre la Russia avrebbe fatto di tutto, a suo dire, perché «non ci fossero vittime civili». Quindi Formigli promette «Vi porteremo dentro la guerra» e lancia un filmato da Kyïv: le prime immagini di distruzione sono accompagnate dal suono delle sirene di allarme, poi si sente un coro di donne che cantano per farsi forza, infine il fragore di esplosioni. Ma i suoni ambientali durano appena pochi secondi, perché subito entra una musica drammatica, mentre la telecamera indugia sui volti di donne giovani e anziane: alcune piangono, altre esprimono sconforto coprendosi gli occhi o la faccia. In coda, il filmato ripropone alcune immagini della devastazione di Aleppo in Siria («Ve la ricordate la Siria?», chiede la voce off) e termina con l'inquadratura di bambini feriti, sporchi e piangenti, che però si interrompe di colpo, come per non mostrare troppo.

È evidente già da questa descrizione che in *Piazzapulita* la derealizzazione passa soprattutto dalle tecniche di *costruzione e montaggio* delle videoriprese nei luoghi del fronte, il che accade regolarmente in tutti i talk del periodo esaminato. Svolge un ruolo importante il *commento musicale*: tutte le carrellate di immagini e le scene più crude, con i palazzi sventrati, i morti e i feriti per strada, i bambini e le bambine che piangono, le donne disperate, sono infatti accompagnate da *musica drammatica di repertorio*. L'obiettivo è sottolineare il dolore e suscitare nel pubblico più empatia di quanto le sole immagini farebbero. Ma è lo stesso genere di musica che accompagna le scene drammatiche nei film e nelle serie televisive, i momenti di suspense nei thriller, e persino gli spot commerciali cosiddetti emozionali.

Risultato: ancora una volta, le immagini dall'Ucraina perdono realtà invece di acquisirne. Negli audiovisivi, infatti, spesso si ottiene il maggiore effetto di realtà eliminando ogni commento musicale e selezionando suoni, rumori ambientali e voci umane non contraffatte. Inoltre, si ottiene con il silenzio: si pensi a quanto possano essere incisive e inquietanti, tanto nei reportage giornalistici quanto nella fiction televisiva e cinematografica, le immagini di morte se, dopo voci e frastruono ambientale, scorrono in silenzio¹⁶.

¹⁶ Si pensi al ruolo cruciale che i rumori ambientali, il silenzio e l'assenza di musica svolgono nel film *La zona d'interesse* del 2023, diretto da Jonathan Glazer, per evocare la duris-

Le immagini tagliate o sfocate

Un'ultima riflessione va ai bambini sofferenti con cui si è chiuso il filmato da Kyiv: una scena interrotta come per evitarci il peggio. L'interruzione allude a un espediente visivo obbligatorio nella documentazione giornalistica delle tragedie: per *proteggere la privacy* delle persone coinvolte, da un lato, e per *tutelare il pubblico*, dall'altro, le immagini ferme e le videoriprese di dettagli troppo cruenti e macabri sono sempre o *parzialmente tagliate o sfocate*. Nelle prime puntate che stiamo analizzando non si trovano altri esempi di questa pratica, perché in quei giorni il peggio doveva ancora arrivare, ma molti ne abbiamo visti in seguito e molti se ne trovano in qualunque rappresentazione mediatica di guerra, non ultima quella di Gaza.

Per deontologia professionale¹⁷, non si può fare altrimenti. Ma in un contesto che è già abbondantemente derealizzato, questa pratica inevitabile contribuisce ulteriormente a togliere realismo a ciò che mostra. Inoltre, riduce la probabilità che il pubblico provi empatia per le persone che hanno subito certi orrori: anzitutto perché la copertura attutisce la gravità di quanto è successo, e poi perché le figure umane, se sfocate o in parte cancellate per non essere identificabili, risultano *spersonalizzate*.

Infine, l'omissione parziale e la sfocatura *stimolano la curiosità*. Infatti, se a causa del fotoritocco non riusciamo a vedere tutti i dettagli, siamo portati a indugiare sulle immagini e magari a tornarci sopra più volte quando, come accade, le ritroviamo in rete e sui giornali. Anche senza arrivare a casi di morbosità patologica, è normale voler semplicemente capire cos'è accaduto, a maggior ragione se, proprio grazie alla sfocatura o cancellazione, si sa di essere protetti dal peggio. Come controprova, si pensi a quanto spesso, nella vita reale, le persone tendano a distogliere lo sguardo da sangue, ferite e dettagli raccapriccianti. Fra l'altro, coprendo gli occhi o voltando la testa, si capisce poco o niente di quanto è accaduto, ma è lo stesso turbamento che ci impedisce di guardare a rendere più probabile che si provi empatia per le vittime.

sima realtà di Auschwitz. Non a caso, oltre ad aver vinto l'Oscar come miglior film straniero, ha vinto anche quello per il miglior sonoro.

¹⁷ A questo proposito cfr. l'articolo 8 «Tutela della dignità della persona» dell'Allegato 1 del «Testo unico dei doveri del giornalista», in vigore dal 1° gennaio 2021, reperibile all'indirizzo: <https://www.odg.it/allegato-1-regole-deontologiche-relative-al-trattamento-dei-dati-personali-nellesercizio-dellattivitagiornalistica/24289>. Il «Testo unico» si trova invece all'indirizzo: <https://www.odg.it/testo-unico-dei-doveri-del-giornalista/24288> (ultima consultazione: 5 luglio 2024).

4. *La sconvenienza.*

Come dicevo nel paragrafo 2, il trattamento della guerra nei contenitori televisivi di *infotainment*, oltre a produrre forti effetti di derealizzazione, ha raggiunto nel caso dell'Ucraina vertici di inadeguatezza o, peggio, sconvenienza. Vediamo i principali.

Lo stile di conduzione

Torniamo a *DiMartedì*. Nel caso di questo talk, l'eccezionalità della tragedia non ha mai impedito che andasse in onda la copertina comica di Luca e Paolo, nemmeno nella puntata del 1° marzo 2022, subito dopo l'inizio della guerra. Ma tutto, in quella copertina, è stato inopportuno: dal mezzo sorriso di Floris per introdurla (foto p. 51, in alto) alle risate piene durante la gag (foto p. 51, in basso), fino al tentativo finale di rimediare, con Luca e Paolo che recitano il monologo di Zelensky in *Servitore del popolo*, quello in cui il protagonista si sfoga sulla situazione politica con un discorso che, diventato virale, lo farà diventare presidente dell'Ucraina.

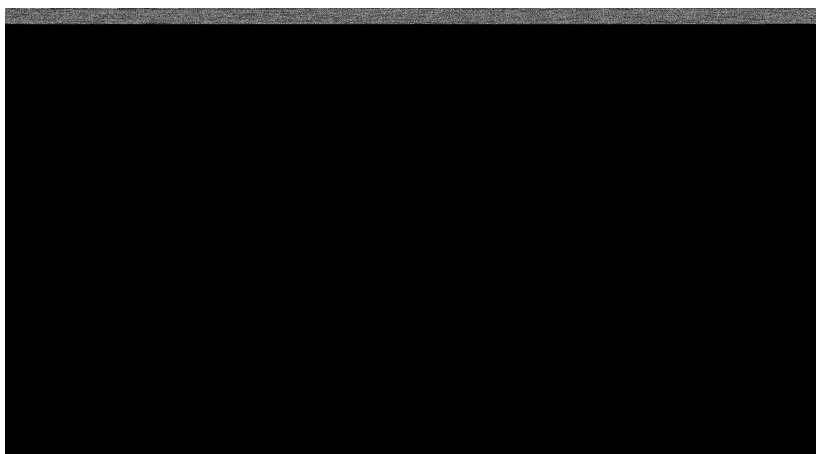
Qualche stralcio dal testo di Luca e Paolo, oltre a evidenziare il loro stesso imbarazzo – e quindi un minimo di consapevolezza – si commenta da sé:

Stasera è complicato, c'è la guerra e... come si fa a far ridere? Trovare il lato ridicolo di una tragedia è dura, bisogna cercarlo bene e a volte non esiste, proprio non viene... ma se c'entra l'Italia, prima o poi... [si sente la risata di Floris] lo trovi. Prima di cominciare la copertina di stasera, pensiamo un attimo a quelli che ora stanno veramente soffrendo... [pausa] i virologi, poveretti da un giorno all'altro non se li caca più nessuno, da un giorno all'altro il Covid è sparito. [...] Sono partite le sanzioni economiche da parte dell'Europa, ma c'è una sanzione, la più dura di tutte, che ha messo letteralmente in ginocchio la Russia, anche se nessuno ne parla, e non l'ha fatta l'Europa, no, l'ha fatta... [pausa] Pornhub [...]. Allora spieghiamo Pornhub [dice Paolo]: Pornhub è un sito Internet... Ma cosa fai, spieghi Pornhub a Floris? [lo interrompe Luca]... No, lo spiego a Tabacci.

Al che, la telecamera inquadra in studio Bruno Tabacci, mentre ride e fa la faccia ammiccante, per cui Luca riprende la parola: «Ah, lo sa? Lo sa...». E così, mentre poco prima nessuno aveva riso e molti si erano trattenuti, tutti finiscono per ridere di gusto, Tabacci per primo.

Il problema non è quel singolo presentatore, né quella sola puntata. Chiunque conduca un programma di *infotainment*, infatti, deve mantenere un difficile equilibrio, nello stile di conduzione, fra espressioni facciali e atteggiamenti adatti all'intrattenimento (occhi e bocca sorridenti, volume della voce alto, tono squillante, parlata spedita, postura e gestua-

lità vivaci) e un contegno più consono all'informazione giornalistica di qualità (faccia seria, volume basso, inflessione grave e calma, gesti controllati). Questo equilibrio, in contenitori televisivi che costitutivamente prevedono un'altalena di cattive notizie e intrattenimento, di tragedie e leggerezza, non è mai semplice da trovare: occorre avere la capacità di passare in pochi secondi dal sorriso a un'espressione cupa, il che non solo è umanamente difficile, ma rischia di rendere incoerente la conduzione. Perciò ciascuno/a tende a mantenere più costante che può il volto e l'atteggiamento che sente a sé più congeniali: in Floris è frequente un lieve sorriso (incipiente o trattenuto), Formigli e Del Debbio hanno di so-



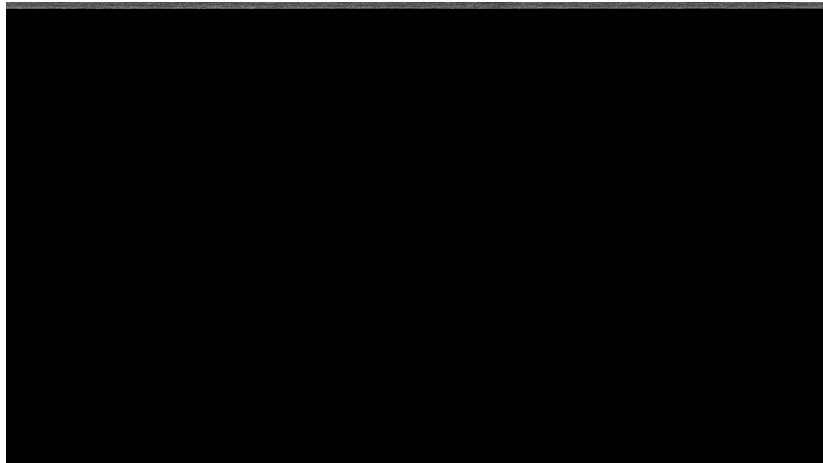
lito una faccia più accigliata, mentre Giordano tende sempre a esprimere, con il viso e con il corpo, un misto di stupore e indignazione.

Per di più, all'inizio di qualunque emergenza o tragedia, quando tutto è nuovo, si avvicendano continui aggiornamenti e colpi di scena. In questi casi, spesso la faccia del conduttore o della conduttrice, la loro gestualità e la loro voce vanno involontariamente in questa direzione: tono più squillante, volume più alto, gesti ampi o nervosi, tutto esprime la *tensione* per lo stato di allerta e a volte perfino l'*eccitazione* per l'impenata di audience che la novità può portare al programma (ma questo, come vedremo nel paragrafo 5, accade sempre meno). Il risultato è una sorta di euforia non controllata, qualcosa di troppo, un perenne stare sopra le righe che stride con i contenuti tragici della notizia.

L'insistenza sui bei volti

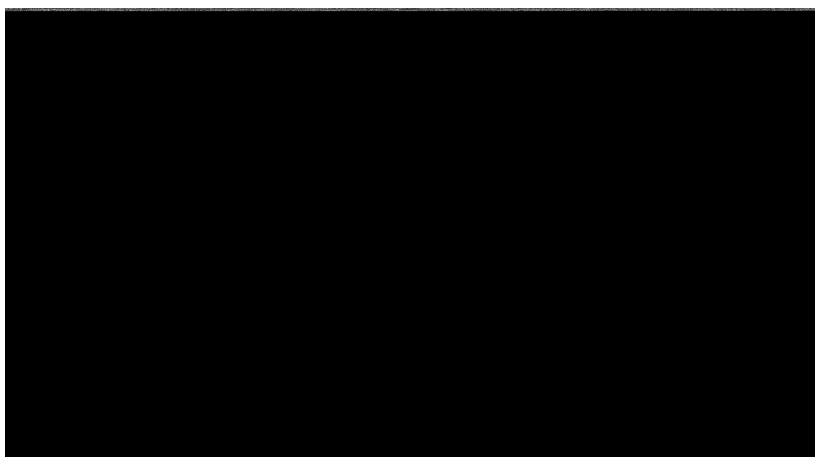
I tratti somatici prevalenti nella popolazione ucraina sono a noi familiari, nel senso che, per quanto «stranieri», sono più simili ai nostri di quelli, ad esempio, delle persone asiatiche o afrodiscendenti. Inoltre, ci appaiono in media gradevoli, attraenti, perché hanno proprietà che appartengono a un certo *standard contemporaneo* di bellezza occidentale, specie femminile e infantile: occhi grandi e azzurri (o verdi, o verdazzurro), zigomi alti, incarnato chiaro e compatto, capelli biondi o castano chiaro.

Ecco allora che tutti i talk show, dall'inizio della guerra per tutto il periodo considerato, si sono popolati di donne ucraine, in studio o a distanza, anche quando non erano né giornaliste né esperte di niente,



ma solo testimoni, meglio ancora se modelle o influencer sui social media, perché allora non solo avvenenti, ma abituate alla telecamera. Anche le videoriprese dalle zone guerra hanno incluso spesso, in tutti i mesi esaminati, primi e prmissimi piani su volti, occhi e bocche di donne, ragazze, bambini e bambine che spesso ci appaiono belli, a volte bellissimi.

Traggo qualche esempio da *Dritto e rovescio* e da *Piazzapulita*, entrambe del 3 marzo 2022, ma la tendenza ha toccato molte trasmissioni di informazione della televisione generalista in tutto il periodo osservato: Cristina Suvorina, giornalista ucraina (foto p. 52), invitata a *Drit-*



to e rovescio assieme a Dasha Dereviankina, modella ucraina (foto p. 53, in alto), e Dasha Kondratieva (foto p. 53, in basso), modella e influencer ucraina, in studio a *Piazzapulita*.

Un approfondimento sulla foto di Dereviankina è utile perché l'immagine esemplifica un espediente visivo che la semiotica chiama *semi-simbolismo* e che la televisione generalista propone spesso: una contrapposizione visiva, costruita per enfatizzare un contrasto fra significati e valori¹⁸. A pensarci bene, infatti, il volto della modella a sinistra nella foto di p. 53 in alto esprime anche il bene, oltre che il bello, mentre le fiamme a destra simboleggiano il male: il contrasto visivo potrebbe allora sottolineare l'atrocità del conflitto, che distrugge ogni bellezza.

Ma questo effetto purtroppo non si dà, perché un volto femminile gradevole attira facilmente l'attenzione su di sé, facendo dimenticare il resto, e dunque ingentilisce la guerra, la estetizza, la rende più «bella». L'insieme, fra l'altro, contribuisce ancora una volta a derealizzare la tragedia (cfr. *supra*, paragrafo 3). Condire una guerra di belle donne, insomma, punta banalmente a trattenere sulle immagini lo sguardo del pubblico: maschile o femminile, giovani o anziani non importa, perché un bel volto cattura tutti. Qualche parola in più va spesa sulla *strumentalizzazione* delle donne coinvolte: più che sconveniente, questa pratica sarebbe inaccettabile, se non fosse che all'esposizione televisiva di volti e corpi femminili esteticamente attraenti, usati come ornamento in qualunque situazione, dall'intrattenimento alla cronaca nera, siamo ormai talmente abituati che l'accettiamo, nel senso che neppure ce ne accorgiamo, non ci facciamo caso.

Le risse ripetute

Come ricordavo nel paragrafo 1, la *costruzione conflittuale* dei commenti, che gli ospiti di un programma sono chiamati a esprimere su una notizia o un approfondimento, è un tratto distintivo dell'*infotainment* televisivo (italiano, ma non solo).

Infatti, durante la pandemia abbiamo assistito a discussioni accese fra virologi e virologhe, fra giornalisti/e, fra scienziati e antivaccinisti, fra leader politici che strumentalizzavano questa o l'altra questione medica. Dal 24 febbraio 2022, i litigi hanno continuato su questa falsariga, ma stavolta sui temi della guerra: fra esperti di geopolitica più o meno accreditati, fra docenti universitari «putiniani» e non, fra politici di centrodestra e centrosinistra pronti a cavalcare qualunque onda, e

¹⁸ Per approfondire il concetto di semisimbolismo in semiotica visiva cfr. P. Polidoro, *Che cos'è la semiotica visiva*, Carocci, Roma 2008 e Pozzato, *Capire la semiotica* cit., capp. 7-8.

persino fra pacifisti e pacifiste. Discussioni accese? Litigi? Il linguaggio comune ha preso l'abitudine di chiamarle «risse», perché hanno tratti di aggressività e prepotenza che giustificano il termine: continue interruzioni e sovrapposizioni nei turni di parola, volume delle voci alto, espressioni facciali di rabbia, fastidio, disgusto, disprezzo, gesti poco controllati, linguaggio non sempre consono o addirittura scurrile. E anche quando il conduttore e la conduttrice di turno sembrano mal tollerare questi toni e modi («Se continuate così, faccio silenziare il microfono»), in realtà il talk show è concepito proprio per fomentarli, nell'idea che possano attirare l'attenzione e alzare l'audience.

Inoltre, in tutti i talk le risse sono ripetute, ripetute, ripetute. Puntata dopo puntata, su ogni canale, a ogni ora, e non solo nel periodo esaminato, ma ben oltre. Ancora oggi. E anche stavolta la parola che ritengo più adatta per qualificare, ma anche squalificare, questo continuo mettere in scena una guerra di parole per trattare una guerra sanguinosa è: *sconveniente*, appunto.

5. *La News Selective Avoidance.*

Le considerazioni che ho fin qui proposto hanno spesso superato il perimetro dell'analisi neutrale, per includere giudizi di valore. Questi però non dipendono da una mia intemperanza personale, ma sono confermati dal *Digital News Report 2023* del Reuters Institute for the Study of Journalism dell'Università di Oxford, uscito nel giugno 2023¹⁹. È un'indagine sul consumo di notizie in 46 paesi al mondo, che proviene dall'elaborazione dei risultati della somministrazione di un questionario, distribuito on line fra febbraio e marzo 2023, a un campione non probabilistico di circa 93 000 persone (poco più di 2000 per ogni nazione), organizzato per età, genere e paese.

Uno dei risultati più rilevanti di questa ricerca riguarda la cosiddetta *News Selective Avoidance*: è la tendenza a evitare in modo mirato le notizie, e a farlo spesso o addirittura sempre. La tendenza, stando al Reuters Institute, non riguarda solo la televisione, ma tutti i media, dai più tradizionali ai più recenti: stampa, radio, TV, social media. A differenza di quanto era accaduto durante la pandemia, che aveva prodotto una generale crescita di attenzione per le news, né la guerra in Ucraina

¹⁹ Reuters Institute for the Study of Journalism, *Digital News Report 2023*, reperibile all'indirizzo https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf (ultima consultazione: 5 luglio 2024).

né il conseguente aumento del costo della vita hanno stimolato un maggiore consumo di notizie. Anzi, fra il 2022 e il 2023 si è verificato proprio il contrario.

Infatti, nel 2023 ha dichiarato di evitare intenzionalmente le notizie il 36% delle persone interrogate dal Reuters Institute: 7 punti percentuali in più rispetto al 2017. Inoltre, a dichiararsi più lontane sono state le donne, il 39% delle intervistate, rispetto agli uomini, che sono stati il 33%. In generale, poi, la tendenza all'evitamento è stata più drastica fra i giovani. Infine, la guerra in Ucraina è stata indicata come l'argomento più indigesto da tutte le persone che hanno ammesso di schivare le news: in media lo ha dichiarato il 39% di loro, con estremi che vanno dal 75% in Finlandia al 32% negli USA. Al secondo, terzo e quarto posto, dopo la guerra in Ucraina, le persone intervistate hanno affermato di sottrarsi alle notizie di politica interna (il 38%), poi a quelle relative alle ingiustizie sociali (31%) e infine alla cronaca nera (30%)²⁰. Ora, anche se in tema di *Selective News Avoidance* il Reuters Institute non ha fornito dati scorporati per l'Italia, se approfondiamo le motivazioni che sono emerse, è facile trovare un nesso con l'analisi qui condotta.

Queste sono infatti le ragioni che le persone intervistate hanno più spesso addotto per motivare la loro tendenza a fuggire le news: troppa negatività, senso di sopraffazione, contenuti considerati, da un lato, lontani dai propri interessi, dall'altro, troppo ripetuti. Più in specifico, poi, da un'altra sezione dell'indagine²¹ emerge che, a tutte le età e in tutti i paesi rilevati, la maggior parte delle persone vorrebbe trovare notizie che (dalla più richiesta alla meno desiderata): 1) siano più affidabili; 2) presentino una maggiore diversità di punti di vista; 3) siano meno tossiche, cioè stimolino meno aggressività; 4) siano meno negative; 5) siano nel complesso più interessanti (questa proprietà sembra riassumere le precedenti); 6) siano leggere e divertenti.

La tendenza all'evitamento che emerge dal *Digital News Report 2023* è insomma motivata da giudizi di valore, che sembrano commentare anche le rappresentazioni televisive che abbiamo illustrato e che sono ben più pesanti delle etichette di «sconvenienza» e «inopportunità» che mi sono limitata a suggerire. A ciò bisogna poi aggiungere la diffusa *mancaanza di fiducia* nell'informazione giornalistica, che si evince, oltre che dall'elenco di sopra (in particolare dai punti 1 e 2, anche

²⁰ *Digital News Report 2023* cit., pp. 21-4.

²¹ *Ibid.*, p. 15.

da altre parti della ricerca²² e da numerose altre indagini²³. Ebbene, una guerra ostinatamente spettacolarizzata e derealizzata, in cui realtà e finzione si fondono e confondono fino a trasformare il fuoco, il sangue e la morte in dispositivi scenografici, fino a sfruttare la bellezza femminile per decorare l'orrore, fino a permettere a comici e conduttori di scherzare anche quando non c'è niente da ridere, non può che accrescere, purtroppo, questa sfiducia.

²² *Ibid.*, pp. 24-6.

²³ Alla sfiducia nei confronti dei *contenuti* delle notizie, che abbiamo appena visto, si aggiunge quella che riguarda la loro *selezione*. Anche in questo caso, il fenomeno c'è da anni, ma è cresciuto con la guerra in Ucraina. È ciò che R. Fletcher e R. K. Nielsen avevano chiamato «scetticismo generalizzato», cfr. R. Fletcher - R. K. Nielsen, *Generalised Scepticism: How People Navigate News on Social Media*, in «Information, Communication & Society», XII, 2018, 12, pp. 1751-69.