

Appunti sul momento zero dei media

● Semplificazioni, mistificazioni, luoghi comuni, odio e paura: la tv e la Rete hanno dato il peggio di se nel raccontare e approfondire la tragedia di Parigi. I sondaggi brillano per tendenziosità e inadeguatezza. E per una volta la carta stampata si prende una rivincita

Il bias del sabato

Claudio Velardi



Venerdì 13 novembre, alle 21.30, mi trovo negli studi de La7 per partecipare a "Bersaglio mobile". Alle prime notizie da Parigi, Enrico Mentana parte con lo speciale Tg che durerà fino a notte tarda. Dietro le quinte, Peter Gomez ed io ci diciamo che la serata rimarrà visivamente scolpita nella nostra memoria (proprio nel senso del "dove mi trovavo quando..."), come è avvenuto a tutti noi in occasione di analoghi, tragici avvenimenti (nel mio caso il rapimento di Moro, il terremoto dell'80, la morte di Falcone, l'11 settembre sono i primi eventi che mi vengono in mente). Possiamo definirli come dei veri e propri "momenti zero". Li ricordiamo perché legati a un'informazione che sorraggiunge all'improvviso e si inserisce con prepotenza nei nostri schemi mentali, monopolizzando l'agenda dei temi salienti nella nostra memoria per le settimane successive. Ricordi dotati di una fortissima carica affettiva e capaci di generare svariati bias.

La semplificazione delle emozioni

Come è evidente, in casi del genere l'emozione che più immediatamente ci prende è la paura. Nel caso degli attentati di venerdì scorso, la paura di vivere personalmente o da vicino qualcosa di simile a quello che è accaduto a Parigi. La paura di non saper individuare i potenziali pericoli, o di non distinguerli dal resto del rumore della vita quotidiana. Un macro-bias alimentato dalle espressioni-chiave della narrazione mediatica che prende corpo: il "terrore islamico", lo "stato di emergenza" e - soprattutto - il "siamo in guerra", tre paroline scandite e ripetute ossessivamente (anche in versione domanda-tormentone, dalla Gruber lunedì sera ad Otto e Mezzo: "Siamo in guerra? Dopola pubblicità"). È di fronte a questa paura che perdiamo di vista le domande importanti e vere ("Come è possibile che sia successa una cosa del genere?", "Da dove nasce questa emergenza?", "Come capire ed affrontare il terrorismo?") per sostituirle con altre, meno complesse e più immediate ("Come posso proteggermi?", "Chi mi fa paura?", "Chi è il nemico?" e "Come lo anniento?"). Con l'illusione di potere fornire una pronta risposta, come per colmare un vuoto insopportabile.

Le tifoserie vincono in tv

Grazie a questa semplificazione, ognuno può darsi risposte rassicuranti e rispecchiarsi in quelle del prossimo, a maggior ragione se similmente incompetente. Il fenomeno viene esaltato dalle Tv, nei giorni successivi agli attentati. Può apparire paradossale,

ma quando (martedì 17, ad Otto e Mezzo) appaiono esperti come il generale Arpino o Paolo Magri, direttore dell'Istituto per gli Studi di Politica Internazionale, gli ascolti calano sensibilmente (dal 1.600mila del giorno prima a 1.270mila); mentre Quinta Colonna, programma con target e ospiti popolar-populisti, acquista, nella puntata post-Parigi, ben 500mila spettatori in più. La via di mezzo, che tiene in equilibrio il minimo sindacale di approfondimento con le pulsioni della pancia, è rappresentata dall'invasione degli schermi da parte dei politici. Da sabato 14 a giovedì 19 (nei soli talk show serali delle 7 reti generaliste, ed escludendo Tg e speciali vari) entrano in scena, oltre a 22 giornalisti, ben 30 (trenta!) politici e solo 8 esperti. Mentre in Francia, almeno nei primi giorni, non solo i politici fanno fronte comune contro il nemico senza perdersi in polemiche di bottega, ma quasi non si vedono in Tv: il grosso dello spazio è riservato ad opinionisti e persone competenti.

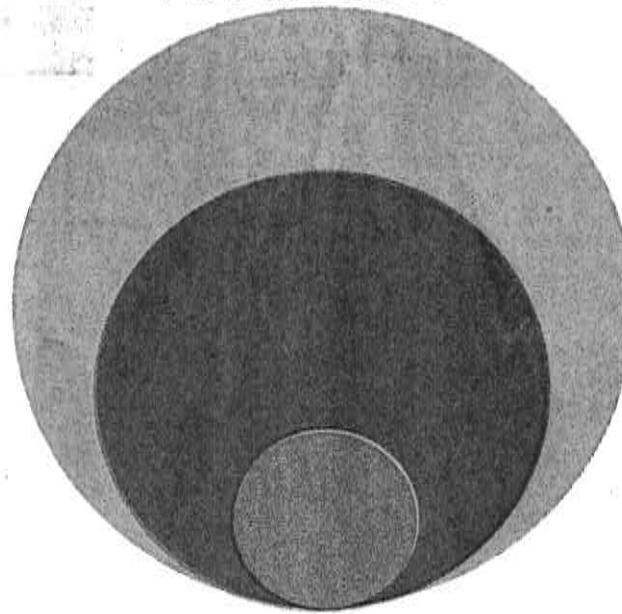
Gli spalti finti delle periferie

Quando poi le telecamere escono dagli studi, ci si sposta tra gli ultras delle periferie segnate dal degrado. Quinta Colonna va in una rosticceria siriana di Centocelle, e mette in scena un tentato (presunto) assalto (non ripreso dalla Tv) di un centro sociale, non si capisce contro chi e che cosa. Ballarò affronta l'hinterland milanese, dove c'è disagio, anche se pare non abbia nulla a che fare con l'Islam. La Gabba torna nel luogo-cult di Torpignattara, trovandoci soltanto residenti incalzati e ragazzini immigrati di seconda generazione. Stop. Nessun fucile, nessuna bomba, nessun terrorista. E quasi nessun musulmano. Ma - nel contesto dato-spaccio, sporcizia e disservizi si trasformano facilmente nel brodo primordiale da cui nascono le cellule dell'ISIS. Ogni periferia è potenzialmente una banlieue, anche se sulla Casilina i musulmani residenti cadono dalle nuvole se gli si parla dei loro omologhi francesi.

Il bias dell'omogeneità

La Tv italiana - più che mai cruciale veicolo dell'informazione mainstream, dal 'momento zero' in poi - finisce quindi per assecondare e vellicare le nostre paure, favorendo la tendenza spontanea di tutti noi a definire gruppi sociali nei quali includerci per sentirci più al sicuro (ingroup), che ha come inevitabile pendant la costruzione di un outgroup, di cui fanno parte tutti gli altri. Per definizione, ingroup e outgroup sono soggetti ai

Partecipazioni TV



■ Esperti ■ Giornalisti ■ Politici

cosiddetti bias di favoritismo o sfavoritismo, in base ai quali gli "altri" sono sempre più cattivi o meno bravi di "noi". Provate a ripensare al racconto dei media di questi giorni di tragedia, e a come in particolare si manifesti il bias dell'omogeneità dell'outgroup. Appena sbarcato tra noi, un extraterrestre che accendesse oggi la Tv, individuerrebbe senza ombra di dubbio i musulmani in quanto tali come pericolosi terroristi. L'inesorabile confronto quotidiano tra l'ubiquo Salvini e il rappresentante di qualche comunità islamica si presenta strutturalmente asimmetrico: da una parte c'è il nostro consolidato e pacifico modello di vita in giacca e cravatta aggredito fin dentro casa, dall'altra

un nemico fisicamente assente ma "idealmente" rappresentato da un suo succedaneo, rigorosamente con barba, magari con velo se donna. Emblematica, in questo senso, la violenta e interminabile "gag" tra Santanché, Zaia e il giovane musulmano accusato di non mostrarsi abbastanza scosso dai fatti di Parigi. "Condanna! Condanna! Condanna!" diventa un urlo virale anche sui social network, e la scena si ripete pressoché identica dopo la mezzanotte di giovedì sera, con gli acuti di Mario Giordano a Piazza Pulita rivolti ad alcune giovani musulmane di Roma. Insomma, un'incessante narrazione a senso unico che prevede solo il "noi" e "gli altri", con un ovvio vincitore.

La (nota) inattendibile dei sondaggi

A proposito di sondaggi. Non potevano certo mancare, in questi giorni. Anche se la prima regola, per ogni ricerca che si rispetti, sarebbe quella di "far depositare la polvere". Cioè attendere, in particolare dopo un evento significativo, che le opinioni si sedimentino: solo a queste condizioni un sondaggio può avere un minimo di attendibilità. Le domande da bar sottoposte ai cittadini in questi giorni hanno invece un puro valore mediatico: non aggiungono nulla di nuovo a quanto già sappiamo parlando con chi ci serve il caffè. E sono scientificamente non fondate. Demopolis, per esempio, lavora tra il 16 e il 18 novembre su un campione di 1000 persone (lo 0,0016% degli italiani), chiedendo loro dei timori circa un attacco terroristico nel proprio comune. Sempre tra il 16 e il 18 novembre, Demos&Pi chiede ai nostri poveri concittadini che opinione hanno di determinate religioni, se vogliono più sicurezza e se temono nuovi attentati. Domande palesemente scontate o assurde, cui rispondono 1010 eroi, mentre altri 9970 (oltre il 90% degli interpellati) si rifiutano di rispondere al questiona-

rio. Disintermediandosi da soli, viaggiano.

Lo spazio impazzito del web

Gli attentati, nella loro prolungata, tragica teatralità, non favoriscono il luogo principe della disintermediazione, il web. Il pubblico chiede realtà, la vuole servita calda, ne cerca almeno l'illusione, e mentre la Tv detta i tempi dell'evento in real time - breaking - ritrovando centralità con le interminabili dirette televisive, la rete appare una maltese impazzita. Totalmente inaffidabile, incapace di orientare, di fare agenda, e tantomeno di dare risposte: il racconto degli eventi sembra non avere ordine logico, né temporale. I social media, soprattutto, tendono in momenti concitati ad essere fuorvianti e fonti di svariate 'bufale', oltre che di analisi improvvisate e irrazionali. Ci pensa Le Monde, poche ore dopo l'attentato, a svelare la bufala-web più clamorosa: un fantomatico raid di rappresaglia al campo profughi di Calais, fortunatamente mai avvenuto. Seguono le critiche sulle foto-profilo di Facebook con i colori della bandiera francese e le conseguenti sfiancanti polemiche sull'imparzialità del gigantesco social, come sul presunto slacktivism conformista che lo pervade. Infine, quando il terrore si materializza nei luoghi e delle città che viviamo quotidianamente, arrivano i falsi allarmi - su cui leri si è espresso giustamente Renzi - magari retwittati direttamente dai passeggeri della metro A. Non servono a niente i messaggi dell'account ufficiale dell'Atac per sentirci rassicurati: alla fine riaccendiamo sempre la Tv, anche in streaming dal computer.

La paradossale rivincita dei quotidiani

Infine. Esonerati dall'antico e ormai inattuabile obbligo "istituzionale" di scovare notizie, scavalcati dalle breaking news delle Tv, al riparo dalle bufale del web smentite dopo un amen, la vera notizia della settimana post-Parigi è che i quotidiani rifiatano. Chiamati a discernere, a selezionare, ad analizzare, tornano finalmente al racconto ampio, al reportage, all'inchiesta. Ed è un fatto che - mentre i bagliori delle Tv tendono a calare di intensità - dopo una settimana i maggiori quotidiani continuano a tenere sveglia l'attenzione sulle cause profonde del fenomeno jihadista, mettendo in campo opinioni anche molto diverse tra loro. Un modo per tenere svegli i nostri cervelli, solitamente spenti di fronte all'oppressione delle cronache politiche nostrane, al momento relegate nelle poche righe che meritano. (Naturalmente, perché la buona stagione prosegua, non c'è da augurarsi nuovo terrore. Si possono fare bene anche in tempi di pace, i nostri amati giornali).

(Hanno collaborato Massimiliano Pennone e Nicolò Scarano)

Graffiti a Parigi. Il bacio di Robert Doisneau rivisitato sui muri, la scritta recita: «Non mi hai fatto niente».
FOTO: ANSA

Pagine "dedicate" nei maggiori quotidiani

