

La globalizzazione e l'altra informazione

di Giulio Albanese*

A parole si afferma che viviamo in un «villaggio globale» in cui le notizie, sulle ali delle moderne tecnologie, dovrebbero viaggiare alla velocità della luce. E come si spiega allora che sono davvero pochi i volenterosi che riescono a mantenersi informati su fatti, anche rilevanti, accaduti a Timbuctu o a Dar es Salaam? La darsena del nostro angusto mondo televisivo è intasata da programmi di piccolo cabotaggio, assai deludenti sia dal punto di vista informativo sia, a maggior ragione, da quello formativo. La sensazione è che la sete di conoscenza degli utenti venga mortificata dallo stordimento collettivo, indotto ad arte perché il pubblico cerchi e trovi appagamento in un mercato massmediale che risponde solo a logiche di interessi economici quasi sempre impresentabili dal punto di vista etico. La stampa italiana, inoltre, contrariamente a quanto avviene in altri Paesi come la

Francia o il Regno Unito, è da sempre affetta da una sorta di provincialismo in base al quale da tempo in molte redazioni, anche serie e impegnate, si tende a sostenere e dimostrare che ai lettori interessano solo gli accadimenti del portone accanto e non quelli che li fanno sentire cittadini del mondo, il gossip più dell'analisi politica internazionale. In questa logica, fatti di cronaca dolorosi, ma in nulla significativi di presunte evoluzioni o involuzioni sociali, intasano per settimane notiziari e spazi di approfondimento delle reti nazionali, pubbliche o commerciali, mentre nelle stesse ore si ignorano bombardamenti a tappeto su un campo profughi in qualche angolo d'Africa, centinaia di morti portati via dalla siccità o da un'alluvione in qualche sperduta regione asiatica, drammatici e sanguinosi rivolgimenti politici tra etnie diverse... Tutte notizie che in genere neppure arrivano o, se ar-

*) Nato a Roma nel 1959, missionario comboniano e giornalista, è stato per alcuni anni nella nostra città. Nel 1997 ha fondato Misna, l'agenzia di stampa internazionale delle congregazioni missionarie cattoliche. Nell'ottobre 2003 ha pubblicato per l'editrice Einaudi il volume «Il mondo capovolto. I missionari e l'altra informazione».

rivano, vengono ospitate all'interno dell'ultimo notiziario notturno o in poche righe nei quotidiani.

Non che si pretenda di rovesciare la prospettiva: il criterio per cui i fatti di casa devono mantenere un peso discriminante è sano, ma questo non significa che i valori che fanno di ogni individuo una persona debbano essere resi evanescenti dall'indifferenza o dalla banalizzazione. Per converso, anche i grandi eventi internazionali, che sia la lotta al terrorismo in Afghanistan o la guerra all'Iraq, hanno lo stesso potere di offuscare in modo totale qualunque cosa accada in Burundi, Colombia, Congo, insomma in quella parte del mondo, «terzo» come lo si chiama con distacco, in cui vivono milioni di persone cui si negano, con l'arroganza del potere, i minimi mezzi di sussistenza, medicine incluse. Non solo. L'areopago dell'informazione viene travolto dal sensazionalismo cui si è pronti a sacrificare qualsiasi tentativo di ricerca della verità, al punto da creare eventi televisivi a metà tra risiko e varietà, anche quando si pretenderebbe di approfondire argomenti i cui soggetti sono vittime, persone cui è stata in un modo o nell'altro sottratta la vita. D'altra parte, l'informazione dal Sud del mondo è monopolizzata da poche grandi organizzazioni: Associated Press, Reuters e France Press. Sono le grandi agenzie che, come prime fornitrici di notizie, dettano le regole del gioco. Già nel 1840 il grande Balzac metteva in guardia contro lo strapotere delle «signorie» dell'informazione: «Il pubblico crede che siano

molti i giornali, ma in definitiva ce n'è uno solo. Ciascuno dipinge in bianco, in rosso o in blu la notizia che gli manda il signor Havas». Da allora le cose non sono molto cambiate. Le notizie, che le grandi agenzie lasciano filtrare e che vengono poi servite di primo mattino con il cappuccino o la sera come viatico per la notte, sono messaggi funzionali a interessi politici ed economici intesi a marginalizzare o annullare le periferie del mondo. Chi sta nella stanza dei bottoni sa bene che l'efficacia delle sue operazioni si basa sulla conoscenza, sul controllo delle coscienze e sulla manipolazione della verità. Ecco perché fino a ieri l'Afganistan era un Paese sconosciuto e i taliban un complesso rock, mentre oggi si rincorrono in tutte le direzioni le presunte informazioni su Usama bin Laden e nulla sfugge della topografia di Mazar-i-Sharif e Kandahar.

Secondo il rapporto 2001, relativo all'industria dei quotidiani in Italia, d'altra parte la condizione è la seguente: «La scarsa propensione degli italiani per la lettura, il basso livello complessivo di scolarizzazione, la forte presenza di media concorrenti (televisione e rotocalchi in primo luogo) sono alcune tra le ragioni per le quali l'Italia rimane, tra i Paesi sviluppati, quello dove più basso è il consumo di quotidiani. Questi i numeri: 102 copie per 1000 abitanti in Italia, 574 in Giappone, 321 nel Regno Unito, 300 in Germania, 149 in Francia». Io credo che l'analisi non sia infondata, ma non è, a mio avviso, esauriente.

Nel nostro Paese i media hanno un'ulteriore grande responsabilità: aver esaltato in modo esasperato il disimpegno e il *gossip* a scapito di un'informazione consapevole e intelligente. Un esempio per tutti può essere dato dalla pratica ormai consueta che relega la «denuncia» in qualche scampolo di satira televisiva residua – in programmi come *Striscia la notizia* di Canale 5 o *Le Iene* di Italia 1 –, illudendosi di stigmatizzare l'ingiustizia. Di fronte a questo scenario sconcertante, segnato da colpevoli squilibri nei flussi delle notizie, diventa difficile identificare le possibili alternative per far parlare i «senza voce» aprendo loro canali di attenzione che obblighino a sentire anche le orecchie più sorde. Per avere un quadro meno superficiale del Sud del mondo, ci si deve affidare o a qualche quotidiano straniero di grande tradizione o all'editoria specializzata di matrice laica come «Limes», la rivista di geopolitica internazionale. Altra fonte attenta alla problematica terzomondiale è naturalmente l'editoria cattolica e missionaria. Al di là di «Avvenire» e «Famiglia Cristiana», certamente meritorie anche se non sempre abbastanza conosciute,

sono le testate della Fesmi (Federazione stampa missionaria italiana) che si sforzano, attraverso il prezioso *network* dei missionari, di dare rilievo alle emergenze del mondo che si vorrebbe in via di sviluppo. Sulla base di queste considerazioni è sorta l'esigenza di una stampa alternativa, capace di colmare le voragini informative e di frenare la manipolazione della propaganda nell'ambizioso intento di fornire notizie serie su Africa, Asia, Medio Oriente e America Latina, anche da sperdute località in cui molto spesso nessun giornalista o cameraman ha mai messo piede. La sua forza consiste nel fatto che l'editoria missionaria dispone, come si è detto, della più efficace e diffusa rete spontanea di «inviati speciali» mai allestita, un *network* unico e capillare che non rischia di essere condizionato né da grandi multinazionali né da interessi sotterranei spesso impresentabili. Testimoni diretti e credibili che vivono «sul campo» il come e il perché dei fatti. E in questo contesto che si inquadra la storia della Misna (Missionary Service News Agency) di cui, per strane circostanze della vita, sono stato ideatore o inventore che dir si voglia.