
Pandemia e Tv, l'esigenza di una nuova informazione

Autore: Gianni Maritati

Fonte: Città Nuova

Il pubblico della Tv sente l'esigenza di essere aggiornato con notizie affidabili e sicure, con l'opinione di personaggi autorevoli e competenti, con una comunicazione improntata alla chiarezza, alla completezza e alla trasparenza

L'attuale emergenza sanitaria ha costretto le Tv, non solo quelle del servizio pubblico, a ripensare sé stesse, il proprio ruolo e i propri linguaggi verbali e visivi. Alludiamo in particolare ai tg ma anche agli spazi di approfondimento e ai programmi che mescolano informazione e intrattenimento. Più che mai il pubblico sente l'esigenza di essere aggiornato con notizie affidabili e sicure, con l'opinione di personaggi autorevoli e competenti, con una comunicazione improntata alla chiarezza, alla completezza e alla trasparenza. Di qui la necessità di una informazione non gridata e non allarmistica, ma seria, precisa e puntuale che non nasconda nulla della realtà, ma che sappia trasmetterla nelle sue giuste dimensioni. È il momento di un'informazione veramente calibrata, di servizio e al servizio, che sappia raccontare e spiegare: quello che sta succedendo momento per momento e come possiamo uscire con il minor danno possibile da questa emergenza dalle dimensioni globali. Disorientano invece l'opinione pubblica la ricerca dello scoop a tutti i costi, le discordie fra virologi, l'insufficienza o la totale assenza di controlli, la spettacolarizzazione del dolore, le notizie che alimentano false speranze o che danno addirittura una visione distorta delle cose (vedi il caso dei "negazionisti"). È anche il momento di una informazione improntata al rispetto: della dignità umana prima di tutto, ma anche delle regole anti-Covid. Questa emergenza ha messo l'opinione pubblica di fronte ad un tragico bilancio (sempre più grave) di morti e malati, ed esercita una pressione fortissima sulle strutture sanitarie e sul personale medico e paramedico. Una realtà, questa, che ha bisogno di racconti non aridamente statistici, ma calati nelle storie personali e animati da uno spirito di solidarietà. E che cresce nella consapevolezza (cui le tv possono dare un notevole contributo sociale) per la quale esistono anche altre malattie da combattere come il tumore e che preoccupano anche altre emergenze come quella climatica. In sostanza, mai come adesso il mondo dell'informazione e della comunicazione deve valorizzare il proprio compito strategico nel mondo di oggi: riconoscere ed eliminare le *fake news* (le notizie false che hanno apparenza di credibilità) per sostenere l'enorme impegno delle strutture sanitarie e per alimentare il senso di responsabilità collettiva nella lotta all'emergenza sanitaria.