
Televisione e guerra

Autore: Paolo Crepaz

Fonte: Città Nuova

IMMAGINI E CONFUSIONE Sembra proprio che la guerra in Iraq abbia rivalutato la capacità della stampa scritta, rispetto all'onnipresenza invasiva della televisione, di penetrare più a fondo nell'operazione militare di americani ed inglesi. In effetti nessun giornalista televisivo ha potuto avere accesso alle vicende belliche indipendentemente dal "tutore", che fosse di una parte o dell'altra. E un dettaglio mostrato non poteva certo avere il crisma della universalità. Paul Virilio, noto massmediologo francese, ha così espresso il problema sulle colonne de *Le Monde Télévision*: "Il vero problema di questa guerra è la diretta, o le pretese della diretta, cioè l'immediatezza e l'ubiquità. Siamo immersi nella confusione dei linguaggi, ma anche nella confusione delle immagini. E ciò risulta nuovo. Nel 1991 eravamo infatti in presenza delle immagini della sola Cnn. Oggi c'è profusione di immagini da parte ad esempio della Fox o delle televisioni arabe come Al-Jazeera". Ma la diversità delle immagini, secondo Virilio, non fornisce una migliore qualità dell'informazione, perché "non siamo di fronte a una differenziazione logica, razionale delle immagini, che permetterebbe una pluralità di punti di vista", ma "alla semplice minaccia del passaggio a una democrazia d'emozione". E ciò perché si assiste a un progressivo passaggio da un ministero della difesa che si occupa di battaglie a un ministero della propaganda, un "ministero della paura, dell'amministrazione della paura pubblica". Il che vuol dire che di verità ce n'è stata poca sulle televisioni. La stampa, invece, "ritorna in forza. È la sola soluzione per non farsi ingannare dalle immagini". (m.z.)

PUÒ BASTARE UN GIORNALE Per non sentirsi lontani da casa "Per chi è immigrato la lingua è l'ostacolo più grande. Ed aggiunge solitudine a situazioni spesso difficili. Per questo è nato il mensile *Cina in Italia*" racconta Hu Lanbo, direttore di una delle 31 testate dedicate agli immigrati che oggi si pubblicano in Italia. La metà di esse è sotto le 5 mila copie, ma qualcuna è già arrivata a 20 mila, come *Terre di mezzo*, il mensile milanese venduto per strada da una cinquantina di immigrati, quasi tutti senegalesi, che ha appena festeggiato il numero 100 in otto anni di attività. Sempre per dare voce a chi non ha voce, dare visibilità ed aiuto a chi rischia i margini, a Bologna si pubblica *Scarp de' tennis*, a Firenze *Fuori binario*. Poi ci sono i giornali veri e propri in lingua straniera, solo per gli immigrati: e qualcuno ha annusato l'affare. La *Angelo Costa Spa*, agente in Italia della *Western Union*, il gigante americano che consente di spedire o ricevere denaro via telefono, dopo aver aperto il primo portale interamente dedicato agli immigrati www.stranieriinitalia.it, edita, da un palazzone accanto all'Eur, 16 testate, tiratura complessiva 250 mila copie, con tanto di concessionaria della pubblicità la *Etnocommunication* che non fa fatica a raccogliere inserzionisti: il costo della pubblicità è basso ed il target è mirato, i 2 milioni e mezzo di immigrati regolari in Italia. Al di là degli affari, l'obiettivo di queste testate rimane degno di apprezzamento: mostrare la realtà di un continente o di un paese con gli occhi di chi vi è nato, contribuire a mantenere viva una cultura e alimentare il legame con la propria origine.

IN LIBRERIA Manuale di scrittura Nell'era informatica si rischia di perdere la capacità di scrittura, che sia quella di redigere un articolo, o di riempire un formulario di assunzione. Domenico Fiormonte e Ferdinando Cremascoli con il loro volume *Manuale di scrittura* (Bollati Boringhieri, pp. 328, euro 25) ci riapprendono la scrittura a partire dai testi, e non dai precetti di scrittura. Un modo forse più semplice di imparare a scrivere. (p.p.) netone@cittanuova.it