Gianpiero Gamaleri

Autore: Michele Zanzucchi
Fonte: Città Nuova

¦ Si discute sulla capacità dei media di influenzare le scelte politiche. In occasione delle ultime elezioni, lei ha proposto dei laboratori di analisi del voto. A che conclusione è giunto? Bisogna partire da una premessa: non una piccola parte, ma pressoché tutta l'informazione politica che riceviamo ci arriva attraverso i media. Quanti di noi hanno mai fisicamente incontrato Prodi, Berlusconi o anche solo il sindaco della propria città? Pochi, pochissimi. La nostra fonte di informazione prevalente è costituita dai telegiornali, dai giornali radio, da trasmissioni televisive. Certo, parliamo di politica, in famiglia, al bar, al lavoro, con gli amici, ma la base informativa viene dalla televisione. Quindi l'influenza dei media nel campo politico è enorme, quasi esclusiva. Detto questo, altra cosa però è la formazione del giudizio. Dato il tema, lo svolgimento può essere nostro, e così pure la scelta del consenso dato nell'urna elettorale. Ma tutto ciò è vero se l'informazione è completa, imparziale, veritiera. Come nella vita, anche in tv spesso un gesto è più rivelatore di un'affermazione esplicita e solenne. Nell'Università Roma Tre, abbiamo analizzato e continuiamo a studiare l'informazione politica proprio dal punto di vista dei linguaggi usati. Linguaggio verbale, come la costruzione delle frasi, la semplicità dell'eloquio, l'uso di slogan, eccetera. E, nel contempo, linguaggio gestuale, come l'atteggiamento del viso, l'orientamento dello sguardo, il movimento delle mani. In una parola, cerchiamo di acquisire strumenti di analisi sulla validità dei programmi e sulla coerenza e sincerità dei protagonisti. Prof. Gamaleri, lei è probabilmente il massimo esperto del pensiero di McLuhan in Italia. Quali le sue intuizioni più profetiche? È una frequentazione lontana nel tempo (McLuhan è morto nel 1980) e nello spazio (era canadese). Eppure rimane un pensatore attualissimo. La sua attualità sta nel fatto di avere lanciato degli slogan che, come il buon vino, invecchiando diventano sempre più apprezzati. Con la sua espressione villaggio globale ha intuito già nel 1960 la globalizzazione. Con il mezzo è il messaggio ha contraddetto quanti pensavano e pensano che i mass media sono docili strumenti e valgono per l'uso che se ne fa: vallo a raccontare a chi è entrato suo malgrado nel meccanismo infernale di un'informazione non responsabile, a chi vive nel circolo mediatico e in chi ne viene escluso. Viene in mente la battuta di un altro insigne studioso, il californiano Percy Tannenbaum: Se un baobab cade nella savana e non c'è una telecamera a riprenderlo, il più grande albero della foresta non è mai caduto. Pensiamo alle guerre dimenticate. Pensiamo ai dubbi oggi insinuati che persino lo sbarco sulla Luna sia stata una ricostruzione in uno studio televisivo... Devo dire che, tra le varie esperienze che ho incontrato, proprio quella dei focolarini esprime con maggiore chiarezza la posizione di McLuhan che il mezzo è il messaggio, mettendo in gioco con grande apertura il fatto che la mondialità può e deve passare anche e soprattutto attraverso i media. E così si riscopre un'altra affermazione di McLuhan che è quella della astronave Terra, cioè la presa di coscienza della solidarietà che nasce dal far parte di uno stesso ambiente con uno stesso destino comune. Qual è oggi il ruolo dei media nel salvaguardare la cultura e le tradizioni di fronte allo schiacciasassi dell'economia globalizzata? C'è un'altra espressione che va richiamata: glocal, che riunisce le parole globale e locale. Villaggio globale significa che il mondo diventa piccolo come un villaggio, come un'astronave lanciata nello spazio e di cui bisogna salvaguardare le risorse. Contemporaneamente significa che il nostro villaggio, il nostro piccolo ambiente può diventare grande come il mondo. E oggi la tecnologia lo rende davvero possibile. Quindi c'è un enorme rischio di essere schiacciati e insieme una grande possibilità di essere protagonisti del cambiamento. Personalità come Gates e Negroponte testimoniamo questa potenzialità dell'uomo. Bisogna però averne coscienza, acquisire le necessarie abilità, pensare in grande e possedere un importante messaggio da comunicare .