

Sedotti dalla tv

Il ruolo determinante del sistema mediatico nel nostro Paese dal dopoguerra a oggi

«Metà del denaro che spendo in pubblicità è sprecato, il guaio è che non so quale metà sia».

(John Wanamaker)

Il sistema dei media ha decisamente influenzato la cultura di molti Stati europei negli ultimi 50 anni. Ma il nostro Paese rappresenta un caso particolare. Dopo la fine della Seconda guerra mondiale, l'Italia era un Paese sconfitto, diviso, povero. Oltre la metà della popolazione era analfabeta. Il Piano Marshall – ben più della ripresa economi-

ca – ci catapultò verso un folgorante benessere, di proporzioni e rapidità uniche in Europa. Se poniamo come base 100 il reddito medio degli italiani nel 1952, questo valore era diventato 234 (quindi più che raddoppiato) nel 1970. In Inghilterra e Francia, l'aumento nel medesimo periodo fu rispettivamente del 32 per cento e del 36 per cento!

Nessuno stupore, quindi, se la televisione riuscì a sedurre facilmente le semplici menti dei nostri compatrioti. Ancora oggi, la televisione è il medium

italiano che detiene la quota più alta, sia in termini di audience che di raccolta pubblicitaria.

In nessun Paese europeo il mezzo televisivo è importante quanto in Italia. Negli anni Sessanta “mamma Rai” ha insegnato a leggere e scrivere con il programma *Non è mai troppo tardi*. Ma, poi, ha cambiato rotta...

Secondo uno studio del linguista Tullio De Mauro, realizzato nel 2008, il 5 per cento degli italiani è sostanzialmente analfabeta, mentre il 38 per cento riconosce lettere e numeri

ma ha difficoltà evidenti di lettura; solo il 20 per cento «possiede gli strumenti minimi indispensabili di lettura, scrittura e calcolo necessari per orientarsi in una società contemporanea».

La straordinaria impena nel benessere economico non è stata accompagnata da un'adeguata formazione culturale e civica da parte dei media (televisione e cinema in testa), che hanno prevalentemente proposto contenuti e testimonial frivoli.

Il sistema della comunicazione potrà avere un ruolo determinante nell'evoluzione del nostro Paese, quando comunicatori animati da valori autentici sapranno sensibilizzare un popolo che sta per affrontare – forse troppo spensieratamente – una crisi sociale ed economica senza precedenti.

cardarelli.raffaele@gmail.com

