

Tavola Rotonda: la verità dei/nei media

netta salga ancora di due gradi centigradi. E non ci riusciremo, lo sappiamo in anticipo. Non ve la faccio lunga. Domanda: ma i milioni di persone che girano per le strade intorno a noi cosa ne sanno di questo? Comprate domattina i giornali, guardate i primi telegiornali e vi accorgete che parlano d'altro, essenzialmente d'altro. Sì, un po' d'allarmismo qua e là, ma son tutte sciocchezze. Proposte e confezionate a livelli naturalmente bassissimi. Un po' di allarmismo meteorologico. Di questo si tratta. Ma quello che sta davvero accadendo lo sa qualcuno? Non sto parlando della crisi finanziaria, sto parlando della crisi climatica: se c'è una prova provata che le cose vere non le sappiamo, è questa. E non le sappiamo, io credo, perché ci sono degli interessi concettissimi che non le vogliono far sapere. Perché se le sapessimo ci difenderemmo e se ci difendessimo diventeremmo molto scomodi, tutti insieme. Quindi non le dobbiamo sapere. Quindi per esempio ci accingiamo a incentivare l'acquisto delle automobili con i contributi alla rottamazione: aiuteremo la Fiat! Ben sapendo che questo aumenterà la catastrofe, aumenterà la velocità con cui andremo tutti a romperci l'osso del collo. Esattamente come Obama, insieme a Bush, dà i contributi alle industrie automobilistiche, per esempio. Se noi sapessimo come stanno le cose non saremmo d'accordo, perché solo un imbecille può essere d'accordo sapendo come stanno le cose. Fine. Che cosa sto facendo io? Io ritengo che dobbiamo mettere in piedi delle televisioni indipendenti. Televisioni. Poi forse ci sarà una discussione su questo: molti non sono d'accordo con il mio criterio. Io ritengo che la creazione dell'immaginario collettivo si fa in televisione e non credo che internet sia la risposta in tempo utile. Può darsi che internet fra qualche tempo, fra quindici anni, se ci siamo ancora, sarà una risposta. Oggi non lo è. La crisi maturerà nel corso dei prossimi dieci, quindici anni e in questi dieci, quindici anni sarà la televisione a decidere quello che pensano e quello che sentono e quello che avvertono milioni, centinaia di milioni, miliardi di persone, quindi bisogna fare una televisione indipendente e io per questa ragione, insieme a un gruppo di altri giornalisti – molti per la verità – abbiamo lanciato l'idea di una televisione del tutto indipendente, che andrà sul web, sul satellite, sulla rete di televisioni analogiche terrestri. Si può fare una televisione nazionale che parli potenzialmente a milioni di persone e che cerchi di dire semplicemente tutto quello che l'intero *mainstream* non dice. Salvo alcune eccezioni: abbiamo qui alcuni grandi giornalisti che fanno un ottimo lavoro secondo me, ma sono gocce nel mare. Il *mainstream* non è né Santoro, né Gabanelli né Rainews 24, evidentemente. Il *mainstream* è un'altra cosa, un altro livello di potenza. Per combattere il *mainstream* bisogna autonomizzarsi rispetto al *mainstream*, non c'è altro modo. La televisione indipendente la faccio senza una lira, chiedendo cento euro a testa a cinquantamila persone. Cento euro a testa a cinquantamila persone. Così si può parlare a dieci milioni di persone. Questo è quello che bisogna fare. In fretta, perché non abbiamo molto tempo a disposizione.

Corradino Mineo: Vorrei sapere da Daniele Vicari se è così. Cioè se la mistificazione viene fatta per sottrazione di verità, come ha detto Giulietto Chiesa, e se la televisione è il medium.

Daniele Vicari: Io non faccio il giornalista, di mestiere faccio il narratore. Sono un regista cinematografico, ma non solo per questo mi pongo i problemi in una maniera abbastanza diversa da come se li pone Giulietto Chiesa. Io per esempio come narratore mi pongo il problema se noi vogliamo veramente sapere; questa è la domanda che m'interessa di più. Sono convinto che le trasmissioni che Santoro o Gabanelli o le cose che scrive Corradino Mineo sono fondamentali per me, lo so. So che fanno parte della mia vita e che la possono modificare. Però io voglio davvero sapere anche se i miei concittadini, le persone che vivono sul mio stesso pianeta in questo momento vogliono davvero sapere. So che se non mi pongo questa domanda faccio un grave errore. Innanzitutto lo faccio per me, poi lo faccio anche per le persone che si accontentano alle mie opere. E credo che a non farsi questa domanda si commetta un errore anche per le persone ignare che non si pongono nemmeno il problema se bisogna farsi una domanda oppure no. Chi fa il narratore, chi inventa storie, attraverso l'invenzione di storie cerca di scardinare dei luoghi comuni oppure dei lati oscuri dell'animo di ciascuno di noi, ma anche i lati oscuri di un paese, perché chi fa il narratore come me fa anche docu-

Corradino Mineo: Ringrazio gli organizzatori per aver pensato a me per coordinare questo dibattito su un tema molto complesso e con implicazioni che mi superano, lo dico subito così nessuno si aspetta niente di particolare, almeno da me. Quello che intenderei fare se le persone che sono state invitate e che in gran parte conoscete – forse sarà meglio presentarle via via che parlano – saranno d'accordo, quel che intenderei fare è di consentire a ognuno di dare una suggestione, di dire come nel suo specifico, nel suo modo, nella sua vita, nella sua esperienza di vita vede queste questioni che sono quelle appunto dell'immagine e del rapporto col fatto dell'informazione. Che sono quelle dell'interesse che la politica inevitabilmente ha per tutto quanto è comunicazione e per l'informazione in particolare, dei cambiamenti che il mondo dell'informazione e della comunicazione ha di continuo. Ognuno di noi li vive in un suo modo: un'esperienza che è un'esperienza di vita e un'esperienza di lavoro. Comincerei con Giulietto Chiesa e gli chiederei subito: è sempre la solita solfa? Il potere vuole mettere le mani sull'informazione e sulla comunicazione? Ci sono nuovi media, internet e quant'altro, ma alla fine quello che conta è l'intenzione di chi vuole mettere le mani e la resistenza di chi vuole rimanere libero o no?

Giulietto Chiesa: Direi che non è questione d'intenzione. Le questioni vere sono i fatti. I fatti sono che noi non sappiamo niente. Quando dico noi dico proprio tutti noi, nel senso che la quantità di cose che conosciamo, di cose essenziali che conosciamo, è definita dal *mainstream* e il *mainstream* ci nasconde sostanzialmente le cose importanti. Quando dico "ci nasconde" voglio dire che qualcuno di noi sa qualche cosa, io so qualche cosa voi altri sapete qualche cosa, chi guarda Milena Gabanelli ne sa un po' di più, ma la sostanza è che quello che sta accadendo nel mondo contemporaneo non lo sa nessuno. Il grande pubblico non lo sa. Perché il *mainstream* è costruito in modo tale da occultare la realtà e la verità delle cose. Intendo proprio "costruito", funziona così. Faccio un esempio, poi dico cosa sto facendo io e cosa credo si debba fare di corsa. Io sono deputato europeo, occasionalmente, e ancora per qualche mese, ho lavorato per un anno alla commissione speciale del clima creata dal Parlamento Europeo. In questo anno – sono un giornalista – ho avuto accesso a documenti secondo me di un'importanza davvero straordinaria. Quello che sta accadendo, per essere molto esplicito e sintetico, è che stiamo andando verso una catastrofe di proporzioni gigantesche, immaginabili, che si sta avvicinando a una velocità impressionante, non saprei scegliere altri termini. È un anno che sento parlare centri di ricerca, scienziati, gente che produce cifre da far rizzare i capelli in testa: abbiamo a disposizione quindici anni, ottimisticamente, per impedire che la temperatura del pia-

mentari, non è solo narratore di finzione. Ecco, questa domanda: se noi vogliamo sapere, questa è la domanda fondamentale. Lo dico in maniera speculare. Non dico che la domanda che faccio io nega quella che fa Giulietto Chiesa, ma credo che sia fondamentale farsi e fare questa domanda.

Corradino Mineo: La risposta qual è?

Daniele Vicari: La risposta che in qualche modo mi do lavorando sulla materia narrativa ma anche in qualche modo sullo spettatore – perché io sono libero di manipolarlo molto di più di quanto è libero Santoro, di quanto è libero Corradino Mineo, sono libero, nel senso che nel gioco libero della narrazione io posso anche non porre nessun problema morale; anzi se interpreto la libertà nel senso meno restrittivo del termine, faccio un errore se mi pongo un problema morale mentre racconto –; la risposta che mi dà è che c'è un lato non piccolo di noi stessi che non vuole sapere. Perché comunque nel qui e ora non stiamo male o magari pensiamo di stare meglio di quello che in altre parti del mondo possono pensare della propria condizione. Allora ecco: la narrazione serve per scardinare questa cosa qui, per scardinare anche la certezza del giornalista che deve fare una battaglia per dire la verità. La mia battaglia invece è mettere in discussione questa verità e frantumarla in pezzi più numerosi possibile per poi ricompilarla in una maniera del tutto inaspettata. Quello che si aspetta uno spettatore da uno che fa il narratore è che questa ricomposizione sia poi sorprendente, che in qualche modo gli dica qualche cosa che prima non sapeva. Credo che questo aspetto nella nostra società sia molto forte: secondo me noi non vogliamo sapere ed è questo il muro contro il quale si deve battere anche Giulietto Chiesa, non solo con i potentati economici o mediatici.

Corradino Mineo: Abbiamo ribaltato il quadro: invece di un complotto che tace e omette, c'è una volontà di non vedere e non sentire. Io volevo sapere che ne pensa Nicola Sani che fa proprio un altro mestiere.

Nicola Sani: Faccio il musicista, pensate un po'. È interessante quello che sta venendo fuori perché dal mio punto di vista, o dal mio punto d'ascolto, il fatto di sentirmi fuori perché faccio il musicista o perché mi occupo di un linguaggio come la musica è già un segno, un segno negativo rispetto a quello che si sta dicendo. Dentro la musica corrono tante linee, tanti percorsi interni che mi fanno capire come anche questo discorso dal punto di vista dell'ascolto sia stato marginalizzato, sia progressivamente escluso un ascolto cosciente, un ascolto intelligente rispetto a un ascolto omologato. Per me questa è una questione molto importante. Il fatto che noi non riconosciamo più la musica come un linguaggio per prendere coscienza delle cose, per riflettere sulle cose, per ragionare sulle problematiche all'interno delle quali viviamo e lo consideriamo quasi solo come un flusso che ci passa accanto, al quale al massimo prestiamo attenzione per divertirci, già questa è una cosa completamente innaturale, assurda. Il processo interno a una logica musicale e quindi a una logica di un ascolto cosciente e che porta a riflettere sulle questioni dell'oggi è un rapporto che la nostra società ha completamente perduto. Pensiamo per esempio a un'opera come *Intolleranza 1960*, un'opera bellissima scritta da Luigi Nono nel 1960 che racconta la storia di un migrante che ritorna nel suo paese, l'Italia appunto; è un emigrante italiano, torna e muore dopo aver vissuto una serie di episodi come quelli dell'intolleranza razziale, delle lotte contro il razzismo ecc., si ritrova a morire nell'alluvione del Po, rientrando al suo paese. Ma chi l'ha vista in Italia *Intolleranza 1960*? Quali dei quattordici enti lirici, uno dei quali mi appresto a dirigere adesso, ha mai messo in scena *Intolleranza 1960* che io ho visto ad Amburgo, a Colonia, a Stoccarda, a Berlino, e in altre città d'Europa? Quello si era un modo di proporre un ascolto cosciente. Noi diciamo giustamente, come prima Giulietto Chiesa, che bastano cinquantamila persone che con cento euro fanno una tv indipendente in cui si parla direttamente alla gente delle problematiche: è una prospettiva molto interessante, ma tutto il mondo così detto indipendente, che viaggia verso internet e con l'idea del *low cost* che musica scarica? Che musica ascolta? Sempre i soliti ritmi omologati, sempre le solite melodie omologate come fossimo ancora nel linguaggio tonale, fermi all'inizio del Novecento, con le sette note e i quattro quarti che rimbombano la musica, uno due tre quattro, che è poi la musica delle maree militari. Ma basta!



Angelo Pasquini, Daniele Vicari, Giacomo Verde, Nicola Sani, Milena Gabanelli, Corradino Mineo, Marcello Mineo, Gaucio Benigni, Giulietto Chiesa, Michele Santoro

Rendiamoci conto che non è l'indipendenza del mezzo né l'indipendenza del messaggio. Questo non è in polemica con quello che ci diceva Giulietto Chiesa, perché lui lo volge a un messaggio giusto, importante. Non è il problema dell'indipendenza, ma il problema di con che cosa ascoltiamo, con che mezzi, con che ascolto, con quali coscienze, con quale sguardo critico, con quale orecchio critico. Noi dobbiamo sbarazzarci di tutto un apparato che ripete sempre unicamente se stesso; che ripete il consumo, che ripete l'omologazione, che ripete soltanto ideologia, e ideologia su ideologia. Dobbiamo saper trovare un nostro percorso, una nostra strada e ascoltare quello che un mondo omologato cancella, opprime ed elimina. Questo è un modo per esempio, lo dico da musicista, di sentirmi, all'interno di una problematica del genere, come una voce coerente a un processo di presa di coscienza e di rinnovamento dove anche la musica gioca la sua parte. Però per far questo bisogna eliminare molto. Intanto bisogna portare le istituzioni su un terreno diverso, ed è quello che io mi sforzerò di fare nei prossimi mesi, rispetto a quella che è un'istituzione fino a ora molto lontana da questo tipo di discorsi come il Teatro dell'Opera di Roma, che a proposito aprirò con un'opera tutta dedicata alla problematica dell'ecologia, *Blue planet* di Peter Greenaway. Però una cosa del genere non è mai avvenuta. Goran Bregovich e Peter Greenaway insieme che parlano del problema dell'acqua, dell'ecologia, di come rapportarsi a uno dei più grandi drammi. Ecco, se noi cominciamo a usare la musica anche per parlare direttamente di queste cose e per uscire da tutti gli stereotipi che ci sembra che siano alternativi ma che non lo sono affatto, che sono invece soltanto conferma dell'omologazione e del consumo in cui viviamo, già faremmo un grande passo avanti. Ecco tutto. Buoni pensieri per il futuro.

Corradino Mineo: Qui il paradigma era quello di una comunicazione come composizione, allora una delle cose che vengono da questo discorso è che la novità rivoluzionaria della rete bisogna forse relativizzarla. Invece cosa ne pensa Gaucio Benigni?

Gaucio Benigni: La rete può liberarci. Vediamo un attimo. Sono stato molto sollecitato da Giulietto Chiesa. Il *mainstream* è il sistema dei vecchi media che purtroppo non sono ancora vecchi, sono

molto presenti. Dietro ai vecchi media c'è la *global power elite*, il potere globale che si muove usando i vecchi media e in effetti è riuscito a portare il pianeta al collasso. Io sono ancora più pessimista di Giulietti Chiesa: magari avessimo ancora quindici anni, secondo me ne abbiamo anche meno. E può darsi che questo sia anche in ossequio ad alcune ipotesi apocalittiche scritte nei grandi libri che bisognerebbe forse rivalutare. Però non siamo qui per parlare di questo. Il *mainstream* è molto difficilmente modificabile perché si fonda su un concetto che è quello della distribuzione dei messaggi. Io incontro tanta gente, vivo nei mercati internazionali, e, mi dispiace dirlo, ma questa è una nazione in cui l'autore di qualsiasi cosa, del messaggio, della canzone, ha un po' il delirio d'onnipotenza. Invece, purtroppo, l'autore, senza l'amplificazione della distribuzione del messaggio, si riduce a imploredere, al massimo trova una sua nicchia. Diciamo allora che una delle grandi questioni da affrontare è la conquista della distribuzione; cosa molto chiara a quel drappello di consiglieri d'amministrazione delle multinazionali che se ne sono appropriate attraverso l'appropriazione di Madison Avenue, cioè attraverso il finanziamento grazie alla pubblicità. Che cosa hanno fatto? Che cosa fa l'élite del potere planetario? Compra degli spazi all'interno di altri messaggi e poi indirizza i consumi. E indirizzare i consumi significa condurre gli stili di vita verso una certa direzione e poi magari, quando si è arrivati all'estremo, a un passo dalla catastrofe, rivelarsi impotenti per primi, gli stessi che hanno condotto i consumi a quel punto critico. Quindi la distribuzione è fondamentale, ecco perché il web diventa importante: perché la distribuzione al di là del web è fatta da alcune cose tradizionali che sono tutte rigidamente controllate. Prima di tutto perché sono delle quantità non infinite, cioè finite: l'etere è finito, la posizione dei satelliti è quella che è, ci sono 180 posizioni orbitali, ogni nazione a terra ha una possibilità di mandare messaggi; adesso c'è il digitale terrestre, ma il digitale terrestre non risolve la questione. Nel frattempo sono successe altre cose. Il web dà la possibilità di distribuire messaggi a chiunque; questo, se non altro dal punto di vista teorico, è fondamentale. Cos'è fondamentale? Che il web consenta che quei messaggi, quella comunicazione, quell'informazione orchestrata dalla Seconda Guerra Mondiale a cinque minuti fa da parte della *global power elite* si debba confrontare con il nuovo vero fenomeno della storia cioè i contenuti generati dagli utenti. Quelli che gli americani chiamano *user generated content* e che non sono nuovi nella storia degli uomini: i contenuti generati dagli utenti hanno già rivelato di essere molto potenti, per esempio in quelli che si chiamano *trading paper*. «Porta Portes» è un giornale fatto dagli utenti eppure ha un effetto importante nell'economia delle edicole e dei suoi proprietari. Purtroppo gli utenti inconsapevolmente non riescono mai a entrare nella catena del movimento di quello che viene prodotto. In questo caso però la consapevolezza delle nuove generazioni, e di tanti altri, applicata alla rete potrebbe – io non posso che usare il condizionale: è un punto di fuga visto che secondo me le altre porte sono chiuse – potrebbe comportare grandi sorprese. Ne abbiamo avuto diversi esempi. L'esempio più eclatante è il contenitore YouTube e in questo momento Facebook sta svolgendo la sua parte. Chiudo con due episodi per tentare di dimostrare che è molto importante. Il primo. Quando Israele decise di bombardare il Libano, due anni fa, si trovò in una situazione che era diversa dai bombardamenti precedenti, perché in precedenza c'era solo la Reuters che raccontava quali erano gli obiettivi sui quali bombardava. Con YouTube accadde che alcuni cominciarono a filmare che le bombe cadevano sulle scuole, sulle case. E la guerra finì. Questo mi sembra molto importante. Un altro episodio molto importante è senza dubbio un fatto di questi giorni. Non posso dimenticare che un giornalista, nostro collega, di ventisette-ventotto anni che ha un nome difficile, Muntadhar al-Zaidi, ha trovato secondo me il coraggio di prendere le scarpe e tirarle in faccia a Bush; che l'abbia preso o meno non è molto importante. L'ha fatto. Poi l'hanno preso e l'hanno portato via, è rinchiuso e noi non sappiamo più niente. Allora qual è il rischio? Il rischio è che non sappiamo più niente di costui che secondo me è uno degli eroi del terzo millennio, perché tirare delle scarpe in faccia a uno che ha ammazzato ottantamila persone e poi quando l'hanno intervistato, non avendo più i gradi di presidente, ha detto: «Io avevo dei consiglieri che non capivano che cosa succedeva»; è un paz-

zo probabilmente, è Nerone. Lui sta alla Storia come Nerone sta all'Impero Romano e forse l'incendio di Roma sta a Nerone come lui sta alle Due Torri. Quindi uno che gli tira una scarpa in faccia per me è un eroe. Però non sappiamo più che fine fa. Cosa sta succedendo? Che nella rete, in tutto il pianeta, in tutte le lingue si stanno creando dei comitati di sostegno a questo signore, e l'appello che io rivolgo anche a voi è: scrivetevi, affinché nessuno dimentichi che noi domani, dopodomani e ancora più in là dobbiamo stare all'erta e sapere se non altro se gli verranno riconosciuti i diritti minimi. Questo si può fare solamente con i contenuti generati dagli utenti perché il *mainstream* ha già dimenticato la vicenda, dopodomani non ne parlerà più nessuno. L'ultima cosa che mi sembra importante: il tema dell'ecologia e della catastrofe imminente va tenuto presente. Nell'ultimo anno ci siamo giocati tre miliardi di api. Lo dicono in pochi. Al parlamento europeo il 5 dicembre sono stati finalmente costretti ad ammetterlo e hanno detto «dobbiamo fare qualche cosa». Questo è legato alla catena alimentare di tutti noi, perché se continuiamo a perdere api abbiamo quattro anni di vita secondo Einstein, e non solo secondo Einstein: quattro anni di vita! Gli unici che tengono in piedi il dibattito sono quelli che stanno dentro YouTube, Facebook, ecc. Per cui io dico: viva i contenuti generati dagli utenti e lunga vita ai *social networks*.

Corradino Mineo: Mi tocca lanciare una piccola pillola di ottimismo. Per difendere le api c'è un signore che conosco, simpaticissimo, che ha spiegato che il miele che si fa nelle *banlieues* parigine è il migliore del mondo intanto perché non ci sono gli antitettogamici che ci sono in agricoltura, in secondo luogo perché ha tutti gli odori del multiculturalismo francese. Ha costruito un piccolo business producendo questo miele che si chiama Miele Béton, miele cemento, e felicemente andiamo avanti con le api. Io vorrei sapere da Giacomo Verde a questo proposito se davvero questa prospettiva del *social network* ci libera oppure se non è soltanto un modo di veicolare dei contenuti. Voglio dire, per esempio il signore che ha tirato le due scarpe a Bush (a proposito: Bush le ha schivate molto bene, ha dimostrato di essere in forma, ha fatto quasi una bella figura), quel signore ha fatto una cosa straordinaria o ha fatto forse quello che ci si aspettava che facesse almeno un iracheno davanti a Bush a cose fatte?

Giacomo Verde: Ho riso quando gli ho visto lanciare quelle scarpe. Mi sono molto divertito pensando che avrei voluto farlo io. Però la questione dei *social networks* e di internet è una questione un po' delicata nel senso che secondo me è una speranza perché in parte è vero che già funzionano, però il problema reale è che la maggioranza dei *social networks* o delle cose che si vedono su YouTube sono scopiazzature di quello che è il *mainstream*, di quelli che sono i modelli della televisione più o meno ufficiale. E questo è un vero problema. Io vengo dalla videoarte e ho cominciato a fare la video-arte perché un giorno una mia amica mi portò a una mostra e io vedendo un'opera di videoarte dissi: «Caspita, ma la televisione può trasmettere anche altre cose! Diverse da quelle che mi fanno vedere tutti i giorni: non è solo un telegiornale, non è solo un film, ci sono altre cose. Bellissimo! Forse lo posso fare anch'io». E quindi mi sono preso la mia videocamera e ho cominciato a fare cose strane di videoarte. Chiaramente mi sono appassionato e ho cominciato a capire che quello che stavo facendo era prendere in mano uno strumento che la maggioranza, che il contesto sociale degli amici, mi diceva che era una cosa che forse non bisognava fare perché non ero un esperto, non avevo studiato, non avevo fatto giornalismo, non mi ero occupato di arte elettronica. Ero uno studente che aveva fatto l'istituto d'arte, facevo teatro di strada addirittura. Poi lavorando su questo – e continuando ancora adesso a lavorare – ho capito che mi sono specializzato in una cosa che io chiamo «autodifesa televisiva», io sto dalla parte di quelli che non sanno nulla, che tutti i giorni si trovano a dover subire tutte queste informazioni e a rendersi conto – perché secondo me oggi la gente se ne rende conto – che non sa niente, e a rendersi conto che la maggioranza delle cose che vengono dette, anche quando sono programmi di denuncia importanti, in realtà hanno pochissimo effetto. Perché se io penso alla trasmissione di Santoro, alla trasmissione della Gabanelli, alle cose che dicono tutti i giorni, cose anche importanti, io e tanta altra gente ci chiediamo: «Ma perché non succede

niente?», «Perché quando tutte queste cose vengono dette, alla fine le reazioni della gente, dei politici...? Come mai?». Questo è un paradosso. Uno slogan che m'è toccato coniare, perché lavorando sull'autodifesa televisiva lavoro con i bambini, lavoro con gli insegnanti, lavoro con le scuole, è stato quello di dire che «la televisione non esiste, sono solo figurine». Questo è un modo per dire che bisogna imparare a guardare la televisione con una sorta di distacco, con una sorta di disincanto. Perché penso che noi viviamo tutti in una sorta di grande incantesimo, veramente un grande incantesimo, dove appunto la confusione tra immaginario e realtà...

Corradino Mineo: Politici di destra e di sinistra.

Giacomo Verde: I politici di destra e di sinistra, ma anche quello che viene chiamato il grande pubblico. Perché un altro grande problema, anche di internet, qual è? Mi riallaccio a quello che dicevi tu. Se vuoi sapere qualche cosa, vai a cercare quello che vuoi sapere; la maggioranza della gente non va a cercare quello che vuol sapere, prende quello che le si offre. Allora magari si creano queste abitudini: «Ok, Santoro è di sinistra, allora io non sono di sinistra e qualsiasi cosa dica Santoro io non gli credo». C'è una sorta di abitudine a pensare che se quel giornalista è di destra, no, non posso credergli. Quindi questo è il difficile adesso: come riuscire a lavorare in un immaginario dove la gente possa ascoltare opinioni diverse e creare anche un dibattito che sia reale, d'informazione. Ripeto, sempre in un ambito d'immaginario, perché veramente la televisione è solo figurine, stiamo lavorando sull'immaginario, e l'immaginario non vuol dire che è una bischerata, scusate il toscanesimo. L'immaginario è fondamentale. L'immaginario smuove i nostri comportamenti, decide cosa fare e cosa non fare, addirittura cosa votare. È una cosa importantissima. Torno su YouTube. Lavorando con i bambini e anche con la gente mi sono accorto che per immaginarsi un'altra televisione bisogna farla. Le persone con le quali mi son trovato a fare i laboratori riuscivano a fare un'altra televisione, a usare delle tecniche, dei meccanismi di gioco e di comunicazione televisivi soltanto quando se ne appropriavano, quando si rendevano conto, toccavano con mano che cos'era una telecamera, e si rendevano conto cos'era far finta di fare una notizia, farla vera o farla finta; cercare di dire una cosa alla quale tieni particolarmente, senza scimmiettare i canoni che ti vengono propinati. Questo è un altro problema: bisogna veramente che la gente prenda le macchine in mano e cominci a fare le cose, ma con delle modalità e con delle tecniche diverse, con delle modalità di produzione e di creazione dell'oggetto immaginario che non siano quelle dettate dall'abitudine del *mainstream*, della televisione più o meno ufficiale, questo è fondamentale. Un'ultima cosa. Io tra l'altro organizzo anche una piccola rassegna a Lucca, dov'è venuto anche Giulietto Chiesa, si chiama «Fuori frequenza»: cerchiamo di far vedere agli spettatori trasmissioni, programmi, documentari che di solito vengono trasmessi sul satellite o la notte a orari impossibili, o si vede o non si vede più. Quello che c'interessa soprattutto è che vengano gli autori perché la gente possa vedere, toccare l'autore, le persone e sapere che chi fa la televisione non sono degli dei, ma sono esseri umani, sono persone come noi che lo fanno per mestiere. Perché la televisione è di chi la fa prima di tutto. Non è come fanno adesso al Tg1, dicono «mandateci i video e fate voi le notizie».

Corradino Mineo: Ma tu li hai mai mandati?

Giacomo Verde: No, è un bluff totale secondo me. La televisione è di chi la fa veramente. Allora fino a che non si trova un modo per il quale veramente chi fa la televisione sia anche lo spettatore e che superi certi meccanismi, che forzi certi meccanismi... posso parlare di utopia. La mia utopia è questa: che veramente si trovi un meccanismo di produzione, di creazione dell'immaginario e dell'informazione collettiva in cui gli spettatori non siano più passivi, ma s'instauri veramente un rapporto di dialogo, di comunicazione, che oggi si confonde spesso – ma lo saprete meglio di me – il termine comunicazione con il termine informazione. La televisione è informazione, è monodirezionale: io vi parlo e vi racconto le cose. La comunicazione è bidirezionale: ci sono due persone che parlano tra di loro. Oggi si spaccia l'informazione per comunicazione, quasi sempre. Questo è uno dei grandi bluff del sistema di comunicazione e di creazione dell'immaginario in cui ci troviamo. Ultimissima cosa: il

clima di catastrofe. Lavorando con i miei studenti in accademia, a un certo punto è venuto fuori questo clima di catastrofe totale, questi ragazzi di vent'anni che non hanno futuro. Dicono: «La politica sarà sempre corrotta, non c'è dubbio, le guerre ci saranno sempre perché l'uomo è nato per fare la guerra» e altre cose di questo tipo: «Ci saranno sempre poveri, moriremo sempre di fame, e non c'è niente da fare, questo è il mondo migliore in cui possiamo vivere». Detto da ragazzi di vent'anni a me faceva impressione davvero perché quando avevo vent'anni non ero così, e ancora non lo sono. Allora lavorando abbiamo cercato di provare a comunicare cose positive: se vogliamo immaginare un mondo migliore, un mondo positivo come possiamo comunicarlo? E riusciamo a comunicare questo usando immagini dell'immaginario collettivo? Bene, noi abbiamo cercato in internet prima di tutto, ma anche nei documentari, nelle cose che ci sono a disposizione, immagini, immagini positive. Non ce ne sono. Nella stragrande maggioranza le immagini del nostro immaginario sono immagini di catastrofe. Possiamo trovare immagini di terremoti, ammazamenti, mafie, di quello c'è l'imbarazzo della scelta, puoi trovare di tutto. Ma un'immagine positiva, credibile, di qualche cosa di buono, di positivo, di qualche cosa fatta bene è rarissima. E spesso quando ti sembra d'averla trovata è della pubblicità, è finta. È drammatico. Questo è drammatico. Per esempio apprezzo molto le «Buone Notizie» di Report; penso che sia una chicca fondamentale e penso che sia un argomento sul quale il mondo dell'informazione dovrebbe lavorare e riflettere seriamente.

Corradino Mineo: Io rompo il contratto e dico una cosa da critico. Michele Santoro da tantissimo tempo fa trasmissioni che secondo me sono le sole in Italia ad avere una straordinaria sintonia tra studio, servizio e reportage. Sono una composizione molto complessa e molto curata. I critici non lo dicono ma questo si inserisce in un altro dibattito che faremo un'altra volta se volete. Poi facendo questo, secondo me è prigioniero del fatto di essere famoso, di avere sfondato, perché il fatto d'aver sfondato quasi subito ha portato un'attenzione su di lui straordinaria con la quale poi è difficile continuare a costruire il suo lavoro. Io, dandogli la parola, vorrei buttargli ancora due sassolini: uno è se Michele pensa che la sua televisione sia così unidirezionale e ancora se ritiene che si possa informare senza comunicare.

Michele Santoro: Io solitamente cerco di sfuggire alle trappole di questi dibattiti perché per chi ha passato tutto il giorno a misurarsi con il peso degli apparati all'interno del servizio pubblico per riuscire a fare una trasmissione su De Magistris, poi arrivare qua e sentire che tutto sommato non succede mai niente, che le reazioni sono deboli ecc., è un po' faticoso. E comunque mi crea dei problemi di autoscienza molto forti. Penso sia bello uscire dalla scatola e confrontarsi con questi discorsi che stiamo facendo stasera. Io, se mi permettete, vorrei però provare a portarvi su un altro terreno. E il terreno è questo, non tanto quello della mia televisione, che come tutte le cose è provvisoria e passeggera e per ragioni anagrafiche è anche una televisione che ha tanti anni. Cerchiamo invece di parlare delle culture con le quali noi abbiamo affrontato il discorso dei mezzi di comunicazione in Italia, che sostanzialmente sono state: una cultura nobile di origine cattolica e a mio parere tutto sommato un punto di riferimento importante nel dibattito che abbiamo avuto sui mezzi di comunicazione, che ci ha condotti a pensare a una televisione fatta bene, al prodotto fatto bene e direi anche al prodotto fatto per il bene comune. Il che voleva dire: cerchiamo di utilizzare la televisione al meglio, cerchiamo di portare dei messaggi positivi, di raccontare la realtà ma senza catastrofismi, e cerchiamo di farlo soprattutto in maniera progressivamente più efficace, più coinvolgente e, nella migliore tradizione cattolica, anche in maniera più democratica. Poi c'è stata, diciamo così, la versione marxista, o se volete vetero-marxista, che ha un po' diviso il mondo tra il mondo delle idee e il mondo strutturale della produzione, cioè l'industria, dentro la quale crescono i prodotti televisivi. E io direi che adesso abbiamo un'altra cultura con la quale ci dobbiamo misurare, che è quella dell'"altrove si sta meglio". Diciamo cioè che esistono delle culture alternative dei mezzi di comunicazione. Abbiamo qui un esempio dell'ottimismo berlusconiano, che è Giulietto Chiesa, che vuole sempre fare televisioni, è da quando lo conosco che si misura con il sogno di costruire una televisione indipendente e però su

internet possiamo fare delle cose migliori, oppure con la videoarte possiamo fare delle cose che sono più coinvolgenti, la televisione è unidirezionale mentre la videoarte ci mette in comunicazione con gli altri e ci fa stare meglio, ed è un filone culturale. Badate bene che nessuna di queste tre cose è da buttar via, in ognuna di queste culture c'è una tradizione nobile che noi dobbiamo riuscire a recuperare. Io ho partecipato una volta a una riflessione. Eravamo in cinque. Era successo questo: che la Fiom, la federazione dei metalmeccanici, aveva proclamato uno sciopero, c'erano stati circa duecento lavoratori in piazza, il giorno dopo nessun giornale italiano e nessun telegiornale aveva dato notizia di questa manifestazione. Per cui questi dirigenti della Fiom, che sono dei tipi un po' curiosi per insomma anche intelligenti, abbiamo imparato a conoscerli in questi anni, hanno ritenuto di fare un seminario; eravamo cinque o sei sfigati a interrogarci perché cavolo mai era potuto accadere che una manifestazione di duecentomila persone non avesse avuto nemmeno una pezza di riscontro nel sistema dei media. Io ho provato a dare la mia spiegazione e ho detto che dal mio punto di vista loro non riescono a uscire, come noi in generale non riusciamo a uscire, né come segno della televisione fatta per il bene comune, né come segno dell'operaio che è operaio in quanto vive in un rapporto di produzione che sostanzialmente è la fabbrica. La mia piccola provocazione nella discussione di stasera è: riusciamo a pensare che siamo tutti parte di uno stesso mondo? Che è il mondo dei mezzi di comunicazione che in qualche modo organizza la nostra vita, i nostri sogni, sicuramente con una componente che è quella dell'artista, sicuramente con una che è quella del situazionista che tira le scarpe a Bush. Ma poi sostanzialmente il punto di riferimento è questo mondo globale dei mezzi di comunicazione dentro i quali viviamo immersi e che strutturano le nostre vite. Non esiste una realtà da raccontare fuori dei mezzi di comunicazione perché la realtà oggi è una realtà fatta dai mezzi di comunicazione, dentro i quali noi viviamo e dentro i quali s'iscrivono dei rapporti di potere, siano essi internet o la televisione generalista. Il rischio di portare il discorso altrove potrebbe essere che noi disegniamo un mondo in cui da una parte esistono dei consumatori privilegiati o dei cittadini consumatori privilegiati che possono navigare con grande libertà e dall'altra una massa di persone più deboli, più gracili, più esposte a messaggi eterodiretti che vivono in straordinarie, enormi periferie che sono la televisione generalista. Ecco, io personalmente in questo mondo che si regge sulla costruzione di ghetti che assomigliano a Scampia, che assomigliano alle *banlieues* parigine, io mi rifiuto di vivere. Io penso che uno dei compiti di chi riflette, che sia un regista o che sia un giornalista, sia quello di creare dei ponti tra questi diversi mondi, tra internet e il mondo in cui provo a lavorare. Ognuno di noi cerca di fare naturalmente del suo meglio. Però la vera questione è che se noi ci strutturiamo per settori non comunicanti, facciamo il gioco dell'industria che è strutturata intorno a rapporti di potere e non so quanto andiamo lontano come possibilità di liberazione. Finisco con un piccolissimo esempio che tende a dire in maniera didascalica come a mio parere la figura dell'operaio produttore di automobili non esiste più: perché l'operaio produttore di automobili è anche produttore di sogni, è anche produttore di suoni, è anche produttore di televisione. In che modo noi possiamo registrare questo? Vi faccio un esempio banalissimo perché penso che tutti noi abbiamo subito la tortura del grande ristorante di lusso. Ognuno di noi ha avuto un momento nella vita nel quale per impressionare la fidanzata più recente o un altro tipo di persona, si è recato in uno di questi santuari della gastronomia e lì è stato naturalmente sommerso dal fatto che arrivava il cuoco, il *maitre* e diceva: «Lei signore cosa prende questa sera?». Che sarebbe poi il nostro mito della suprema libertà, frequentare questi grandi sapori, questo viaggio avventuroso dentro la grande cucina. Tutti quanti ci siamo sentiti schiacciati da questa scelta. E da questo delirio: «Adesso che cavolo prendo? Che figura faccio con questo che magari capisce molto più di me di grande cucina e compagnia bella». Se aggiungo anche la difficile arte di combinare le pietanze col vino il sudore ci cola lungo la fronte e lungo tutto il resto del corpo: «Che cosa farò? Sbaglierò!». Ecco, proviamo a immaginare questa straordinaria dimensione di Mc Donald's dove tutto è facile: entriamo, la vita è stata organizzata per noi, tutto è stato costruito per noi; ci aggiriamo tra i sentieri di questi palloncini colorati, colori molto semplici,

molto soft, non abbiamo il delirium tremens di scegliere stasera cosa prendere perché: panino 1, panino 2, panino 3, sono numerati, noi possiamo scegliere, siamo felici, la vita è leggera, tutto è estremamente facile per noi, estremamente organizzato. E cosa facciamo dentro questo mondo di Mc Donald's? Prendiamo il vassoio, apparecchiamo, sparcchiamo: in pratica facciamo il lavoro che una volta i camerieri facevano per noi. Questa volta siamo noi dentro questa fabbrica, agenti diretti, operai costruttori del successo del panino, dell'hamburger e siamo felici e contenti, viaggiamo felici e leggeri dentro questi colori. Ed è evidente che si combatte una battaglia culturale perché se noi ci abituiamo a questo livello di consumo, a questo mondo, quando al posto del panino 1, panino 2 e panino 3 ci saranno date alternative altrettanto facili noi le sentiremo come le nostre alternative, perché l'operaio dell'automobile è andato nel Mc Donald's ed è stato, dentro il Mc Donald's, organizzatore e produttore del suo consumo di cibo, una cosa completamente diversa. Allora cosa dobbiamo fare di fronte a questo? Io ritengo che noi dobbiamo riuscire a immaginare un mondo nel quale questi percorsi siano differenti ma per immaginarli non possiamo portarli tutti quanti a riprodurre il sistema dei nostri pregiudizi culturali, perché se noi ci riportiamo indietro nella storia e cerchiamo di confermare soltanto una dimensione che è quella del consumo di lusso qualitativo dal punto di vista culturale, a mio avviso non produrremo alcuna liberazione, come non la produrremo se continueremo a immaginare l'operaio soltanto come fabbricatore di automobili. Dobbiamo cominciare a pensare che sono produttori di sogni, dobbiamo avere attenzione a come è organizzato il mondo della comunicazione e alle relazioni che si stabiliscono tra televisione generalista, internet e televisioni indipendenti, che non è che io sia contrario al fatto che si creino televisioni indipendenti, ma solo nel caso in cui ci sia un vero scorrimento d'idee dentro questo flusso posso immaginare un futuro migliore, diverso, anche un po' più allegro.

Corradino Mineo: Dopo questo intervento kantiano – e lo dico non con ironia ma perché ne sono davvero convinto – che ci ha parlato di noi come produttori di sogni, consumatori di sogni, certo bisogna vedere qual è il rapporto con la realtà in sé. Vorrei che su questo intervenisse Pasquini. Come la vedi tu? Siamo dentro questa grande realtà di cui parla Michele? Io sono assolutamente d'accordo con lui. Bisogna intanto vedere di sporcarsi le mani, di accettarla, di muoversi dentro, di non creare dei ghetti all'interno di questa più realtà, più complessa.

Angelo Pasquini: Io faccio lo sceneggiatore, mi occupo di cinema però ho anche un'esperienza nel campo della comunicazione e ormai parecchi anni fa ho lavorato a un settimanale di satira, «Il Male». Volevo, se me lo consenti, toccare ancora un tema che sembra più futile e invece poi non lo è: quello della satira appunto. Avendo quest'esperienza mi è capitato poco di lavorare su temi satirici nel cinema e ho l'impressione per l'appunto – pensandoci su negli ultimi anni – che ad esempio film di argomento satirico siano pochissimi. Io ne conto tre: *Il portaborse*, *Il cainano* di Nanni Moretti e *Il divo* di Paolo Sorrentino. Forse ce ne sarà qualcun altro. In televisione la satira c'è ma è relegata dentro contenitori che sono importanti e di successo, con bravi comici e autori però, facendo un paragone con gli anni Sessanta e Settanta, ci rendiamo conto che ad esempio il cinema italiano a quell'epoca a volte aveva una visione satirica. Quando andiamo a vedere il passato molto spesso lo vediamo attraverso delle commedie e ci accorgiamo di come quegli autori raccontassero il mondo del potere, il mondo della politica, il mondo della cultura, il mondo delle istituzioni, il mondo della magistratura, eccetera, con un taglio satirico. Ho l'impressione che adesso questa cosa venga a mancare per tanti motivi, ma anche per censura e autocensura. Nel senso che la televisione e il cinema, che dipende economicamente dalla televisione, non raccontano. La narrazione satirica, che pure è stata una narrazione importante per noi e che fa parte della nostra cultura, è completamente in decadenza. Non dimentichiamo che grandi autori come Fellini venivano dalla satira, che quel grande cinema è stato arricchito dalla satira e che adesso ci troviamo in qualche modo in una situazione in cui ci manca un occhio, uno sguardo per guardare appunto la nostra realtà. Per esempio l'Italia è l'unico paese tra i grandi paesi europei in cui non c'è un settimanale satirico. Ci sono in Francia, in

Germania, in Spagna, in Inghilterra. In televisione non ci sono programmi di fiction di argomento satirico. In Inghilterra ce ne sono alcuni che vanno avanti da vent'anni, *Yes Prime minister*, *The Office*, tutte cose che noi non conosciamo. Ecco, io mi domando se dietro quest'aspetto non ci sia qualcos'altro. La risposta ce l'ho: c'è una censura da parte dei produttori, dei distributori italiani che hanno timore ad affrontare il tema della politica, il tema della società con un taglio, con un coraggio che ci è venuto a mancare. E questo trovo che sia un limite, un limite del nostro sguardo, un limite del nostro cinema, un limite della nostra televisione.

Corradino Mineo: Interessante. Io sono convinto che giochi anche all'assuefazione alla crisi, per cui poi è difficile fare satira. Anche se la satira buona c'è. Oggi c'era una bellissima vignetta sul supplemento de «L'Unità» che raccontava così la situazione di Veltroni: «Se va a sinistra lo frega Di Pietro, se va a destra lo frega Casini, se resta al centro lo frega D'Alema». La parola a Milena Gabanelli. Ti spiego a che cosa devi rispondere, provo a fare un'ipotesi. A me quello che pare che si salti nel nostro comunicare è poi la difficoltà di costruire informazione e comunicazione. Io non sono d'accordo sul fatto che l'informazione sia una cosa, la comunicazione un'altra e che si possa informare senza comunicare, soprattutto in televisione. Ma su questo possiamo discutere. Ho cercato di farlo dire a Michele ma poi Michele l'ha impostata in modo sistematico. Quello che a me interessa dire è che questa informazione è come in una discesa di una pista di bob: c'è una differenza se tu fai una bella corsa o una brutta corsa, però non puoi cambiare completamente direzione. Sul concetto di libertà nei vari media io ho i miei dubbi. Non puoi cambiare completamente la direzione, puoi correggerla, puoi guidarla in un certo modo. Questo correggerla, questo guidarla in un certo modo secondo me è la differenza tra un prodotto interessante e un prodotto che è meno interessante. Quello che proporrei a Milena di raccontare è come lei si pone davanti all'informazione, come sceglie i temi, come va a costruire le sue inchieste, quali sono i suoi rapporti con gli interlocutori che naturalmente protestano, eccome.

Milena Gabanelli: Non sono molto abituata a riflettere su questi grandi sistemi perché riflettere e agire contemporaneamente è molto difficile. Io devo agire, ho una squadra con cui devo lavorare e sono presa da tante questioni pratiche quindi in genere non frequento convegni dove bisogna invece esporre, raccontare delle teorie, delle analisi, delle riflessioni. Quello che voglio dire è che quando devi scegliere un argomento da portare in onda, almeno per quel che riguarda noi, quelli che lavorano con me, prima di tutto partiamo da quello che interessa a noi, cosa non capiamo. Quindi io restringo molto il campo, non lo proietto all'infinito o all'influenza che potrà avere su chi ci guarderà. Andiamo veramente alla monda del riso. Siamo operai e decidiamo di capire se questa cosa è bianca o nera, perché è bianca o perché è nera. Perché prima di tutto vogliamo comprenderla noi. Quando noi l'avremo compresa probabilmente riusciremo a trasmetterla agli altri. E il riuscire a trasmettere una piccola particella della tua quotidianità è un passo verso la libertà secondo me gigantesco, perché puoi modificare i comportamenti e modificando la storia della morte della api perché parlandone si sono attivati i vari istituti superiori della sanità, non solo in Italia ma anche in altre parti d'Europa, sono stati presi dei provvedimenti e quindi in qualche modo le degenerazioni si fermano, si rallentano, si possono bloccare. Non ne ha parlato solo YouTube, noi ne abbiamo parlato, abbiamo avuto quattro milioni di telespettatori che ci hanno guardato e una conseguenza il giorno dopo, sono quelli che ti chiedono: «Ah, allora ho capito che cosa non devo fare nel mio campo di mais». Caspita! Allora non abbiamo modificato niente, ma fra questi quattro milioni di persone qualcuno ha capito che cosa non deve fare e non lo farà. Il mio modo di vedere l'informazione è questo. Io non pretendo di vedere il giorno dopo arresti, o cambiamenti di leggi, o grandi titoli di giornale. Quello che mi aspetto è di arrivare al maggior numero di persone possibile e per fare questo devo tenere conto di tante cose. Michele lo sa bene, devi comunicare a tanti, altrimenti non ti guardano e allora ti sei fatto il mazzo per niente e magari ti becchi anche qualche causa per niente. Cerchiamo di arrivare al maggior nu-

mero di persone e poi il tuo obiettivo è finito. Perché quando tu hai informato il tuo compito è finito, sei pagato per quello. Io a volte penso di essere molto fortunata: faccio un mestiere che mi piace e mi pagano pure, pur non essendo una dipendente, perché, per chi non lo sapesse, io non sono una dipendente Rai e non lo è nessuno di quelli che lavorano con me. In tutto questo credo che, nonostante le tante rogne, facciamo un lavoro grande, un lavoro di grande soddisfazione, e che arriva al suo compimento perché il ritorno che ho è quello del giorno dopo da quelli che affollano il forum, da quelli che ci scrivono, da quelli che si propongono, da quelli che non hanno voce e che dicono «noi stiamo vivendo una situazione importante, drammatica», oppure straordinaria nei pochi casi di good news, nei pochi casi in cui si riesce trovare una notizia che sia davvero positiva fino in fondo, perché spesso più scavi e più quello che sembra bello in superficie poi diventa brutto. Il dare la possibilità a queste persone di far conoscere la loro storia e in qualche modo di modificarla, perché quando è diventata nota, magari in piccolo, però le cose si modificano, ecco il nostro scopo. E io in questo senso sono molto più ottimista. Poi se si aspira ai grandi cambiamenti, i grandi cambiamenti sono possibili quando cambiano le classi dirigenti. Con una classe come quella che abbiamo che non è molto in niente – e questo vale dalla politica, in tutti gli schieramenti, al mondo dell'imprenditoria, salvo pochissime eccezioni – è veramente difficile far cambiare la cultura di un paese.

Corradino Mineo: Marcello Veneziani. Allora, la Verità? Perché gli organizzatori del convegno ci chiedevano anche di parlare della Verità, del rapporto tra la Verità e la rappresentazione comunicativa, e poi del rapporto con la politica. Allora che cosa possiamo dire su questo?

Marcello Veneziani: Io sono quanto di più lontano dalla Pravda, la verità, sono un cercatore di verità. Io sono piuttosto scettico sulla rappresentazione che ho visto persistere in questi interventi di un potere dominante, occhiuto che censura, che trita, che comprime e dall'altra parte la libera stampa che cerca con fatica di esprimersi, la libera satira che cerca con fatica di esprimersi. Io credo che ci siano fattori che sono stati completamente trascurati. Innanzitutto credo che ci sia una sostanziale differenza tra chi detiene l'*hardware* dell'informazione e chi detiene il *software*, ovvero chi detiene i mezzi proprietari dell'informazione e chi viceversa detiene di fatto la cultura e il racconto dell'informazione. Io vedo, facendo *zapping*, sui diversi programmi televisivi, ascoltando la satira, andando al cinema, vedendo molta televisione, programmi d'approfondimento, che al contrario il racconto, la narrazione automaticamente, più volte, in più settori e che ho sentito risuonare anche in questa sede con precisione questo il discorso da fare. Perché il vero conformismo che ci allontana dalla verità o per lo meno uno dei più forti conformismi con i quali noi ci scontriamo ogni giorno è quello del linguaggio politicamente corretto, del linguaggio che va detto, delle parole che vanno omesse, dei discorsi che vanno fatti per ingraziarsi l'opinione di coloro i quali detengono il potere culturale dell'informazione. E allora credo che il discorso non sia solamente quello, pur sacrosanto, sulla proprietà dei mezzi d'informazione, sulla ingerenza della politica nell'informazione, ma sia molto più vasto. Credo che ci sia una forma di potere interno all'informazione, interno alla satira che produce uniformemente lo stesso discorso e la stessa narrazione con pochissime discontinuità. Allora poniamoci questo problema, poniamoci il problema del perché questo discorso interpreta una parte del nostro paese ma poi una larga parte del paese resta refrattaria: perché è inferiore etnicamente, razzialmente, o perché ha una diversa sensibilità? Perché forse la realtà non viene tutta rappresentata dai mass media? O non viene rappresentata attraverso l'informazione, la satira, se non attraverso uno spaccato. Allora io credo che questo sia anche un problema: riuscire ad avere un approccio critico non solo nei confronti di chi detiene il potere ma anche nei confronti di coloro i quali detengono il potere dell'informazione, nell'informazione; coloro i quali detengono il potere della parola, del linguaggio, che sono quelli che detengono di fatto la possibilità di comunicare con il paese. Allora chiediamoci perché c'è una refrattarietà nel paese nei confronti di molte forme canoniche d'informazione, perché l'informazione non

incide per un cambiamento nella direzione che voi qui auspicate. Perché probabilmente la realtà è più complessa e ci sono molte più cose in terra e in cielo di quelle che ci raccontano la televisione, la satira, un certo cinema, i tre quattro film che sono stati citati, le tre quattro riviste che sono tenute come paradigma. Allora credo che questo discorso vada fatto. C'è invece un altro discorso, ancora più di fondo, che è quello che ha toccato Michele Santoro, che trovo abbastanza importante e cioè il discorso che noi ci troviamo oggi schiacciati da una logica di consumo che non ammette senso critico. Allora io francamente tra l'ideologia consumata che sento sempre riecheggiare nel discorso unico sul potere eccetera e quello sul consumo come forma d'ideologia non so davvero quale sia la direzione di salvezza. Credo che si debba adottare un sistema critico che sia critico tanto verso l'ideologia del consumo, quella che giustamente Michele Santoro sottolineava, quella che porta a replicare anche in altri ambienti la logica dell'hamburger, di Mc Donald's, ed essere quindi fruitori passivi di tutto quello che ci viene somministrato perché è più facile, più semplice. Ma dall'altra parte vi chiedo anche di essere fruitori critici anche nei confronti di questo tipo d'informazione: dell'uniformità di considerare alcuni gesti come gesti esemplari, per esempio lanciare la scarpa al Presidente degli Stati Uniti. Be' di quell'episodio la cosa più carina m'è sembrata proprio la battuta di Bush che ha detto: «Aveva un quarantatquattro». Ecco credo sia segno di libertà la polifonia, non solo un discorso uniforme. Ritenendo che ci sia un potere da abbattere, allora tutti uniti contro questo potere. E chi viceversa ha una diversa lettura è sicuramente un agente consapevole o inconsapevole di quel potere. Si può essere liberi sotto la luce del sole esprimendo altre idee, altre sensibilità.

Corradino Mineo: Dopo questa raccomandazione io penso che sarebbe davvero il caso che ci fossero interventi rapidi dalla sala.

Domanda dal pubblico: Volevo fare una domanda. Il dottor Santoro ha detto che ci sono delle enormi periferie in cui c'è la tv generalista, che è un'immagine secondo me straordinariamente bella. Mi sembra però che nelle enormi periferie adesso stiano entrando molto anche le televisioni satellitari, in particolar modo la televisione di paesi altri, di paesi non europei. Volevo un commento su questo.

Michele Santoro: Dico semplicemente – e sta avvenendo per esempio anche per la satira – che il declino dell'offerta nella televisione generalista sta comportando che una serie di generi si stanno gonfiando, a discapito del fatto che poi nella televisione generalista rimane una zona di consumo estremamente passivo al quale sono comunque relegate, per così dire, le fasce più deboli della popolazione. Sono molto scarse le possibilità di scambio reale che si vengono a creare in certe occasioni, quelle che per esempio vediamo nel consumo satellitare, che poi è magnificato. Ma per esempio in Italia abbiamo un satellite che oggi produce e distribuisce prodotti qualitativamente molto peggiori di quelli che avevamo quando c'era Tele+. E quindi abbiamo questo elemento grave di non comunicazione tra i vari punti. Io non so come Marcello abbia letto questa mia analisi. Io sono assolutamente convinto che ci sia una grave disattenzione su questo, alle volte trovo dei pezzi di realtà in zone assolutamente non sospette quali alcuni reality. Vi scandalizzerò ma alcuni reality rifanno in certi reality che vederli in certi talk con la t maiuscola, quindi c'è una situazione grave da questo punto di vista. Il mio era solamente un invito a guardare a tutto campo e a cercare di migliorare la situazione nel suo insieme. Perché se oggi non vediamo quei film che ci ricordava prima Pasquini è perché sostanzialmente c'è stato anche un declino delle professioni. Se noi non coltiviamo i generi, se noi non costruiamo degli spazi in cui si può produrre in un certo modo, non ci possiamo lamentare poi che non vediamo più sceneggiatori di un certo calibro, perché quella situazione che Pasquini richiamava corrispondeva a una situazione industriale di un certo tipo che c'era nel cinema italiano. Oggi questo non c'è e abbiamo per esempio quelli di sinistra che si preoccupano del fatto che nei media non camminino le loro idee e non guardano alla forma del sistema della comunicazione e se volete anche al declino di questo sistema. Il mio era solo un invito a questo, fermo restando che siamo ovviamente rispettosi di tutte le forme possibili e immaginabili, e della televisione indipendente

di Giulietto Chiesa. Io sono un tifoso accanito. Ha fatto trenta milioni di spettatori il suo documentario in Russia. E lui è stato molto più entusiasta di questo successo generalista.

Giulietto Chiesa: Volevo fare tre velocissime repliche alle cose che ho detto. C'è un equivoco, quindi lo voglio chiarire. La prima questione è stata sollevata dal primo intervento che mi ha seguito ed è sulla gente che non vuole sapere. Io su questo starei un po' attento. Noi tutti qui siamo degli intellettuali e tutti tendiamo a proiettare sul resto del mondo la nostra natura d'intellettuali, ma è un'operazione del tutto fallace. Ci sono miliardi, non milioni, miliardi di persone che delle cose di cui discutiamo non sanno nulla. Non sanno neppure che esiste il problema e quindi non si può dire che non vogliamo sapere, perché se non sanno non si può dire che possano volere né non volere. Quello che siamo noi non è riproducibile: noi siamo una minoranza infima, siamo una schiuma di superficie, niente di più, niente di meno. È un invito. Seconda questione che volevo toccare, la mia televisione indipendente. Non è che voglio fare un altro canale, non m'importa niente di fare un altro canale: io voglio creare un elemento di battaglia. Questa televisione che stiamo mettendo in piedi e che si chiamerà Pandora tv – su pandorativ.it andate a vedere i programmi e anche le facce di quelli che ci lavorano, che sono tanti – questa televisione vuole creare uno strumento di lotta politica e, se riuscirà, sarà abbastanza facile fare uno scoop in una situazione come questa in cui tutti i giorni le tre o quattro notizie fondamentali che stanno accadendo in Italia e nel mondo non vengono dette. Basta dirne una e sarà facilissimo. Questo è un punto che voglio chiarire: non m'importa la televisione indipendente in sé; indipendente certo, non deve avere finanziatori. M'importa che si sollevi la questione del servizio pubblico: il servizio pubblico è pubblico. Oggi come oggi non funziona come servizio pubblico, salvo eccezioni. Io voglio aprire una battaglia perché milioni d'italiani si riappropriano di ciò che è loro e lo possano in qualche misura modificare in funzione dei loro interessi, che sono molti e diversificati. Ma questa è una gigantesca opportunità democratica che non vedo perché non dobbiamo cogliere: avere uno strumento che apre un dibattito. Io non pretenderò mai di avere la verità in tasca, voglio aprire una discussione e se c'è un talk show che offende gli italiani una sera, cosa che succede quasi tutte le sere, io voglio poter dire che sono offeso e voglio proporre un'altra versione degli avvenimenti. Ultimo punto. Ultimo punto che mi differenzia da Santoro ma forse è un problema linguistico: io non credo che l'uomo della strada sia un produttore di sogni, no, non più. L'uomo della strada, io non uso nemmeno il termine operaio perché è ormai obsoleto, l'uomo della strada è un consumatore di sogni. Noi tutti consumiamo sogni che sono stati creati altrove. Questa è la vera questione. Noi siamo già stati trasformati tutti in consumatori compulsivi. Guardate l'America, guardate cosa succede in America: trecento milioni di persone non sono più capaci di risparmiare. In America non c'è più risparmio perché trecento milioni di persone sono stati lobotomizzati al punto che sono solo capaci di spendere. Noi un po' meno, e infatti l'Europa sta un po' meglio dell'America per questa ragione. Quali produttori di sogni? Noi non produciamo sogni. Quando dico "noi" non comprendo quelli che siamo qui, che siamo tutti intellettuali che fanno parte tutti di quello strato sottilissimo di cui dicevo prima, la schiuma. Gli altri sono dei consumatori di sogni che sono stati creati da quelli che hanno il potere e il potere della comunicazione.

Daniele Vicari: Noi abbiamo un'idea stereotipata persino di che cos'è l'informazione in base al mestiere che facciamo. E da dibattiti come questo è una cosa che viene fuori e in maniera anche molto evidente. Quello che noi facciamo tutti i giorni cambia la nostra percezione della realtà perché diventa il filtro attraverso il quale guardiamo la realtà. Ed è solo per questo motivo che accetto la battuta di Santoro che dice che trova interessante che un reality esista per il semplice fatto che ti fa vedere un animale in gabbia, un borgatario che Pasolini prima metteva nei film forse con la stessa violenza di altro segno, con la stessa facilità però con la quale oggi vengono infilati in un reality a rappresentare nient'altro che la propria impotenza. Se è questo lo scampolo di realtà di cui noi abbiamo bisogno allora io insisto nel fare la gentile e affettuosa polemica sulla questione del non voler sapere, del non voler capire. Nel momento in cui ci poniamo il problema di creare dei nuovi media per ri-

spondere agli altri media con una potenza di fuoco paragonabile a questi altri media, ci stiamo ponendo il problema del potere, e bisogna dire correttamente che è questo il tema della nostra discussione, altrimenti non ci capiamo. Se stiamo ponendo il problema del potere io penso che dobbiamo parlare di lotta politica, non di linguaggi. Perché i linguaggi aderiscono alla lotta politica in una maniera del tutto particolare, in base alle caratteristiche che hanno Michele Santoro, la Gabanelli e chiunque altro agisca all'interno dei media. Quando noi che facciamo questo lavoro non siamo consapevoli di essere una sorta di battaglia di persone separate dal resto della società e che profitterebbe la verità nel momento in cui parla in pubblico, se non siamo consapevoli di questo, allora incorriamo nella grave disfunzione, che è una disfunzione culturale, del non comprendere che stiamo facendo una lotta politica, a volte talmente dura che allontana gli oggetti stessi delle nostre attenzioni: io voglio parlare con te ma sono talmente distante e talmente duro rispetto a te che ti allontano da quella che io penso sia la mia verità. In questo senso si può creare una polarizzazione, in un dibattito come questo, tra chi produce contenuti così detti "artistici" tra virgolette, prodotti di fantasia, e chi invece fa informazione come voi sostanzialmente, parte dal dato reale, elabora quello e trasmette sostanzialmente quello, anche con un punto di vista del tutto soggettivo, ma allora rischia di esserci una falsa dialettica.

Milena Gabanelli: Vorrei tornare sul servizio pubblico. Tanto per essere un po' più concreti e meno astratti. Il servizio pubblico: dunque parliamo di Rai. La programmazione della Rai quindi non ti piace. Perché non è sufficientemente servizio pubblico. Perché? Perché la programmazione è orrenda? È questo? Io credo che per comprendere le cose bisogna dar loro dei nomi e dei cognomi altrimenti il discorso è un po' troppo astratto. Io penso che non è una programmazione da servizio pubblico come normalmente si dovrebbe intendere il servizio pubblico, che non vuol dire solo una rottura di scatole: io dal servizio pubblico pretendo un bel film, pretendo di ridere, pretendo di divertirmi, pretendo il quiz, pretendo non solo informazione col coltello tra i denti. Quindi una varietà d'offerta. La qualità è bassa perché gli autori non sono capaci di fare il loro mestiere? Quegli autori che li ha scelti? Questa è l'analisi concreta dei motivi della scarsa qualità del servizio pubblico. In realtà secondo me è ingeneroso dire che la Rai non fa servizio pubblico, perché ci sono delle cose ottime e non sono neanche così poche. Certo la sua *mission* è un'altra e fallisce quando gli autori non sono capaci di fare buoni programmi e quegli autori sono stati scelti da qualcuno che ha il potere di sceglierli. Quindi il problema è nei nomi e nei cognomi, come sempre.

Giulietto Chiesa: Io non penso che la Rai pubblica, che la televisione pubblica debba essere noiosa o con il coltello tra i denti. Vorrei che divertisse, facesse tutto quello che deve fare. Però ragazzi, non giriamo intorno al lume: chi è che ha dato quattro serate a Bruno Vespa? Ma perché Bruno Vespa deve parlare sempre lui? Milena dice che vuole i nomi e i cognomi. Io faccio i nomi e i cognomi, ma ci sono in Italia migliaia di persone che fanno cultura e non vanno mai sulla televisione pubblica. Possibile che ci sia solo quello?

Corradino Mineo: Dove sono? Dov'è questa ricchezza?

Giulietto Chiesa: Dove sono? Per strada. Chiedi a Riondino che gira per l'Italia a trovare questa gente e ne trova tutti i giorni. Ma davvero i talk show che vediamo in televisione sono la rappresentazione di questo paese? A proposito della satira. Vogliamo fare il discorso della satira nella televisione pubblica? Una sola cosa: l'Italia è l'unico paese al mondo che ha una commissione parlamentare di vigilanza composta di politici. Ma da quando in qua? Ma per quale motivo? Per quale motivo noi dobbiamo essere in una situazione in cui la politica decide dell'informazione e della comunicazione? Questo ti pare un servizio pubblico?

Giacomo Verde: Io mi trovo spesso a dire, nei miei incontri con la gente, una cosa che dovremmo sapere tutti e che invece non sa nessuno, e cioè che negli anni Settanta si decise che le trasmissioni che andavano in onda in prima serata dovevano essere trasmissioni il cui pubblico non doveva essere impermeabile alla pubblicità. Un tempo tra le trasmissioni in prima serata c'era anche l'Opera.

C'erano una serie di trasmissioni culturali belle che andavano in onda nelle prime serate e non è vero che facessero schifo alla gente, solo che il pubblico di quelle trasmissioni era impermeabile alla pubblicità. Chiaro? È stata una scelta politica ed economica precisa. Allora se si deve fare una televisione pubblica che segue le logiche dell'estetica televisiva del montaggio, della modalità di creare una notizia, di fare spettacolo, che è quella gradita dal pubblico che crede alla pubblicità, allora è inutile. Fino a che non ci sarà una televisione che può vivere senza vendere gli spettatori alla pubblicità non se ne caverà le gambe. Il problema è poi che si continua a vendere gli spettatori alla pubblicità facendo dei programmi che siano i più cretini possibile.

Glauco Benigni: Io continuo ostinatamente da trent'anni alla «Repubblica» e alla Rai a sforzarmi di dimostrare che gli stili di vita che noi abbiamo adottato non li fa Bruno Vespa, li fanno altri agenti internazionali che hanno dei nomi che certe volte non si possono neanche pronunciare. E comunque chi fa gli stili di vita è la pubblicità. L'informazione contribuisce, cerca di aggiustare quella che poi è la costruzione del modello dominante. Ma questo dovrebbe essere chiaro. E dovrebbe essere chiaro che, al di là della risorsa pubblicitaria, che possiede il potere di forgiare gli stili di vita, c'è anche un'altra risorsa, quella della quale si è impossessato Rupert Murdoch, che è sempre uno che non viene menzionato, che si porta via due miliardi e mezzo di euro dagli italiani. E, dico, se non fa stili di vita lui, chi li fa? Come ha fatto a far diventare SkyTg24, che è un teatrino di marionette, «Ah che bello Sky Tg24»? Se vai in giro la gente dice che SkyTg24 è bello mentre invece è bellissima RaiNews24, non lo dico per piaggeria ma perché ho contribuito anche al progetto con Michele Mezza. Il fatto è che la televisione è una cosa sulla quale si dovrebbe posare l'accento non per fatti estetici, né per fatti legati solo al denaro, ma per analizzare gli stili di vita che riesce a creare. Mi piacerebbe molto parlare di come la globalizzazione sta influenzando sulla costruzione della cultura attraverso i media. La domanda dal pubblico tendeva in qualche modo a sottolineare il fatto che nelle cosiddette *banlieues*, a causa delle parabole puntate anche su altri satelliti che non sono solo Eutelsat, stanno arrivando, io dico grazie al cielo, anche tutti i programmi che provengono dalla Russia, dalla Moldavia, dall'Arabia, dal Marocco. Arab Sat si vede nelle periferie, grazie al cielo, perché almeno oltre ad andare alla moschea poi si vedono anche le loro cose e stanno anche più... adesso non voglio dire battute fuori luogo. Il media mix contemporaneo è insomma ben al di là del dibattito sul servizio pubblico. Servizio pubblico che tutti vorremmo migliore, che io riconosco essere un ottimo servizio pubblico comparato con i cosiddetti servizi pubblici del resto del mondo. Sia di fatto però che pochi esseri umani come voi sono degni di stare nel servizio pubblico. E fra l'altro la vostra forza deriva anche dalla vostra intelligenza, dalla vostra cultura, ma è la facoltà di distribuire segnale che vi dà forza. Quando Lilli Gruber si renderà conto che non è più Lilli Gruber perché è andata a La7, subirà un trauma. Quelli che se ne sono andati via e faticano a rimanere in zona, devono questa situazione al fatto che non c'è la promozione, oppure non c'è l'affetto. Voi ve la siete anche costruita, ci mancherebbe altro, nessuno ve l'ha regalata, però è quello, è la distribuzione che dà la forza al messaggio, non è soltanto la parola e l'autorevolezza di chi ci sta dentro. Bisogna vedere quanto gente si raggiunge con quella frequenza, diciamo perché è importante. Qualcuno si domandava prima dove siano le intelligenze: stanno anche nel web. Trovate un attimo di tempo, qualcosa di buono c'è.

Corradino Mineo: Io vorrei che parlassero anche altri, ma vorrei intervenire a mia volta perché il servizio pubblico mi tocca. La prima cosa è che io non sono convinto che Giulietto abbia ragione quando dice che è facile fare un'altra televisione. La mia esperienza è che appena uno prova a dire facciamo un'altra cosa, dopo cinque minuti fanno sempre la stessa cosa. E questo riguarda la televisione e tutti i media in generale: la tendenza a fare la stessa cosa, a dare le stesse notizie, con un'interpretazione che sembra differente, e lo è, ma fino a un certo punto. Quindi fare una cosa diversa non è facile nell'esperienza che ho io. Soprattutto sulla durata, perché su un aspetto lo capisco, ma sulla durata è difficile. La seconda questione che mi sta a cuore a proposito del servizio pubblico è che se-

condo me c'è un transfert. La frustrazione di molti di noi si esprime dicendo: questo servizio pubblico non è degno, non è sufficientemente servizio pubblico. Michele lo sa, io da tanti anni dico: ma perché rompete le scatole col servizio pubblico? È tanto evidente che la Rai è televisione commerciale con un'attenzione istituzionalmente fondata per maggioranza e opposizione. Questo è. Da quando si è costruito il duopolio, le regole sono quelle della televisione commerciale. Poi c'è questo controllo politico che le impone un certo tipo di regole. Va bene, ma questo non è servizio pubblico. Però siccome è così da vent'anni, quando uno cade dal pero e lo scopre all'ultimo momento, di che sta parlando? Fra l'altro per esempio quando i miei amici Flavio Lotti e compagnia bella dicono: vogliamo in prima serata l'informazione sulla politica, vogliamo un'altra idea di servizio pubblico, a me che sono uno come San Tommaso di Bagnarea, cioè vorrei sempre toccare con mano, mettere le mani nelle piaghe, mi vengono dei dubbi atroci. Per esempio, si sono resi conto Flavio Lotti, la Tavola della Pace ecc. che il rischio è quello che si passi da un duopolio Rai-Fininvest a un duopolio Murdoch-Fininvest, digitale satellitare e digitale terrestre? Il problema è quello di smantellare l'azienda Rai? Può essere un'idea. Io non sono contrario, Michele sa che a un certo punto ero per la privatizzazione, lo dissi e fui subito considerato un eretico dal politicamente corretti di sinistra. Non fate finta di volere il servizio pubblico come ognuno di voi se lo immagina e poi avete tre reti con quel tipo di pubblico, con quel tipo d'impatto. Non è così. Anche su questo bisognerebbe ragionare. Soprattutto non sarei così convinto che sia così facile un'altra informazione come dice Giulietto. Non credo che al mercato si trovi la verità, ecco. Ha ragione su questo Marcello Veneziani. Questa era l'idea dei primi anni del secolo scorso: bastava dirlo, la verità, e c'era un grande soggetto, la classe operaia, che secondo loro era in grado di cambiare radicalmente il mondo. Bastava dirlo, la verità. Oggi la verità è una ricerca complicata. Non la vedo così a tinte nette. Scusate l'esternazione troppo lunga.

Giorgio De Vincenti: Due domande a Gabanelli, Mineo, Chiesa e Santoro. La prima: visto che fate televisioni molto diverse tra loro, potete dirci che tipo di pubblico avete, quale posizione sociale, quali fasce d'età, quali sono i livelli di reddito? La seconda domanda: in un disegno possibile, futuribile delle vostre prossime trasmissioni qual è la proporzione tra Italia e resto del pianeta?

Milena Gabanelli: Report: professionisti dai trentacinque in su, al nord, questo come target. Media d'ascolto tre milioni e mezzo. Il rapporto tra informazione nazionale ed estera all'interno del programma?

Giorgio De Vincenti: Informazione e riflessione su...

Milena Gabanelli: Cerchiamo d'inflarla in quasi tutte le puntate o quanto meno il confronto con la stessa situazione in un altro paese. Comunque in ogni ciclo dedichiamo una puntata completamente a un problema internazionale. L'ascolto è ottimo, indipendentemente dall'argomento, italiano o internazionale: l'argomento internazionale non penalizza in genere. A penalizzare sono altre situazioni che dipendono magari dalla programmazione o dalla serata, però il pubblico è più o meno sempre quello. Noi quando siamo partiti in prima serata facevamo il 60%, quindi devo dire che è stata una grande sfida per la rete decidere di portarci in prima serata. Adesso la media è del quattordici. Detto questo mi preme dire una cosa, che in undici anni d'esistenza del programma non sono mai stata censurata una volta, non mi è mai stato detto: quella cosa lì no, quella là devi togliere.

Michele Santoro: Io sono stato censurato parecchie volte, quindi... Sulla composizione del nostro pubblico che più o meno risponde agli stessi criteri di Report potete sapere tutto perché c'è uno strumento prodigioso che si chiama Auditel che vi dice dove sono collocati i nostri spettatori, in quale regione... abbiamo praticamente tutto, quindi se avete bisogno di questi dati per le vostre ricerche sappiate che l'Auditel fornisce una serie di dati infiniti che vengono tra l'altro studiati soltanto nella loro espressione più volgare, quantitativa. Invece potrebbero essere studiati per comprendere i dinamismi dei programmi che vengono fatti. Io devo dire al mio amico Giulietto, la questione grossa è che noi facciamo dei discorsi che sono un po' con la testa rivolta all'indietro. Noi non possiamo fare

una televisione che non si ponga il problema che anche la pubblicità è un genere televisivo importante. Dobbiamo saper frequentare la pubblicità se non andiamo in Moldavia a imparare da loro. Io sono convinto che noi possiamo fare delle cose migliori. Vespa è un prodotto vecchio della televisione italiana che si regge sul fatto che, sostanzialmente, da un certo numero di anni, c'è un monopolio politicamente imposto. Una volta però nelle nostre televisioni, nelle seconde serate, si potevano vedere contemporaneamente Vespa, Gad Lerner e quant'altro. La Rai era egemone in quella fascia oraria, perché, per esempio, la seconda serata è fondamentale per l'informazione di approfondimento. Una volta noi avevamo dei capi struttura all'interno dei network che erano persone colte in grado d'indirizzare la programmazione televisiva. Oggi abbiamo dei portaborse di partito, punto e basta. La conseguenza di questo è che scimmiettano discorsi tipo il marketing, che non c'entrano niente col prodotto televisivo che veramente facciamo e sostanzialmente ci sono delle posizioni di potere. Perché finalmente potremmo porre la televisione nel verso giusto: Vespa non deve fare quattro serate, ne deve fare cinque dal mio punto di vista, però è giusto vedere che contemporaneamente a Vespa si possano muovere sugli altri canali delle ricerche di produzione, di linguaggio, d'introduzione di nuovi formati che sicuramente farebbero invecchiare Vespa in un tempo ragionevole. Perché ho una grandissima fiducia nel pubblico. Per quanto riguarda l'estero, noi abbiamo l'estensione del genere reality per una ragione strettamente economica. Perché noi siamo la televisione europea che produce a più basso costo per minuto di tutto il continente. Noi facciamo una televisione che è poverissima già strutturalmente, per ragioni che potremmo approfondire, che attengono poi alla vicenda televisiva italiana e sono molto interessanti per capire come è organizzato il potere. Io da anni cerco di dire disperatamente che a una televisione in declino corrisponde un paese in declino, perché la televisione dovrebbe camminare avanti e gettare i semi di un dinamismo sociale e culturale che la televisione italiana non riesce più a gettare. Per fare informazione internazionale a un certo livello si ha bisogno di soldi e noi non ci possiamo permettere, come fa la BBC, di tenere cinque giornalisti o cinque membri di un'équipe giornalistica a lavorare per un anno e mezzo su una sola inchiesta. Io sono disperatamente legato. Per fortuna la Gabanelli è uscita da questo perché, per difendere la qualità del suo prodotto, lei può lavorare soltanto con un gruppo ristretto di giornalisti; può allargarsi ogni tanto di uno, di due, ma se non ha le professioni per poter mettere in campo un prodotto al livello di Report, lei preferisce rinunciare. Io che sono un pazzo continuo a fare trentatré puntate, trentatré in un anno, ed è evidente che per fare trentatré puntate in un anno, per reggere i risultati d'ascolto e con team non necessariamente allenati devi assumerti molti azzardi e rischi. Ma se noi vogliamo vedere l'informazione internazionale come la fanno ad esempio gli inglesi e come la fanno i francesi, dobbiamo mettere dei bei soldi sul tavolo. Noi questi soldi non ce li mettiamo, non ce li possiamo più permettere anche perché, per ragioni politiche, per ragioni diverse, la televisione è un gesto politico. Anche il cinema è un gesto politico, ma l'arte non sta solo nei film, sta anche in quello che facciamo ogni tanto in trasmissione. Non creiamo queste paratie, non creiamo queste divisioni perché un grafico o uno scenografo che fa una trasmissione come la mia ti posso garantire che è molto più artista di molti altri che pensano di essere più artisti di lui. La questione vera è che noi dobbiamo nutrire questa produzione, dobbiamo avere i generi tenuti in vita, dobbiamo avere lo spazio per il documentario. Perché se noi uno spazio per il documentario nella nostra televisione non lo teniamo acceso è ovvio che i documentaristi italiani faranno sempre più schifo, perché s'indirizzeranno verso altre cose, altri generi, saranno costretti ad andare a fare le soap. Poi anche nelle soap ci può essere una strada. Muccino ha cominciato con *Un posio al sole*, è diventato un regista più che dignitoso, però questo non vuol dire che abbiamo tenuto in piedi il genere del documentario. Questa è la questione. Tutte queste edizioni di telegiornali infimi, per mandare in onda conduttori inutili, non servono a nulla. Allora io voglio rivedere in Iraq le mie truppe, voglio avere di nuovo la possibilità di girare il mondo e di produrre televisione con degli spazi dedicati all'informazione internazionale. Non in prima serata, perché li manderemo a morte certa. In questo momento, con queste abitudini

del pubblico, se voi fate quello che una volta si chiamava cineforum, sapete benissimo che dovreste nutrire un pubblico, tenerlo lì, abituarlo alla frequentazione. E quando lo interromperete, questo cineforum, sarà difficile ricostruire questo pubblico, e questo vale anche per la musica, vale per qualsiasi altro genere. La costruzione di un pubblico è un progetto culturale importante per il quale bisogna avere una visione a lungo termine da tenere davanti ai propri occhi, in cima ai propri progetti editoriali. Se tu non fai questa scelta è chiaro che tutto declina intorno a te e hai il macrogenere reality. Perché? Perché è quello che costa poco, è facilmente serializzabile e può riempire la televisione. Perché poi non hai i Report c'è anche il bisogno che qualcosa vada in onda. Perciò dico che si possono trovare, come Rai Tre sta provando a fare, dei prodotti che anche senza essere belli come Report possono però occupare quello spazio e crescere col tempo. Questa è una gestione illuminata. Non stiamo a parlare ancora di Vespa. Già io mi sento uno che sta per andare in pensione, spero prima o poi pure Vespa andrà in pensione, però cerchiamo un po' di guardare alla televisione e a quello che noi potremo riuscire a fare se guardiamo al futuro. E soprattutto guardiamo con un occhio che non è più quello di sostituire questo con quell'altro ma è di far crescere delle cose nuove. L'ho sempre detto. Veneziani dice che c'è questa destra che scalpita: fatevi avanti, fate un po' di televisione, chiedete pure a Berlusconi di darvi qualche spazio e farvi esprimere le vostre idee se ne avete da buttare in campo, perché questo fa solamente crescere la cultura nel nostro paese. Scusate lo sfogo.

Corradino Mineo: Volevo dire una cosa al Prof. De Vincenti. Il nostro pubblico è un po' più giovane di quello che diceva la Gabanelli e di ceto medio. Però sono numeri irrilevanti. Lo sapete quanti spettatori fa RaiNews24? Fa cinquemila e cinquecento spettatori di media al giorno, ed è in fortissima crescita, ha avuto una crescita del 70%. Significa punte di trentamila, quarantamila spettatori quando va bene. Sapete quanti spettatori fa SkyTg24 che ha il canale meteo, tre canali succedanei, più lo sport? Ventiquattromila spettatori. Si può fare dell'ironia quando noi parliamo delle periferie, ma questi sono i numeri. SkyTg24 è un'invenzione mediatica: ventiquattromila spettatori di media e ogni volta che noi abbiamo un soldino li raggiungiamo in quella fascia oraria. La trasmissione che faccio la mattina in chiaro, che è praticamente una lettura dei giornali, fa invece trecento, cinquantamila spettatori. Volete sapere qual è il pubblico di questa trasmissione? È in sostanza un pubblico di destra e di sinistra che ne ha le scatole piene della televisione. La logica è questa. È divertente perché ci sono personaggi politici che venivano da me ed erano graditi al pubblico, venivano seguiti. Poi questi personaggi sono diventati un po' più famosi, sono entrati nella Nota Politica del Tg1, vengono reinventati e la gente stacca il telecomando, fai ascolti bassissimi. Questo è molto interessante. C'è un tipo d'informazione ufficiale, la Nota Politica del Tg1 con le posizioni contrapposte, che logora la persona. La stessa persona che funziona e che risponde alle domande, non uno sciocco, non un velinero, prima della "cura" del Tg1 delle 20 veniva ascoltato, dopo la "cura" del Tg1 delle venti è difficilissimo tenerlo in trasmissione. Perché la gente non sopporta l'idea che gli si veda da uno slogan. Oggi ho fatto autocritica al giornale perché con la mia sciatteria – Milena mi ha dato una giustificazione alta, quando uno lavora troppo poi non riflette – dicevo che la Nota Politica del Tg1 era un pastone. Il pastone affastella insieme tutto quel che c'è. Invece mi sono improvvisamente reso conto che già ci sono in commedia, ma li provoca. Nel senso che siccome il Tg1 deve fare la Nota Politica vengono giù dei signori di tutti i vari schieramenti che cantano, c'è un meccanismo di compitazione tra tutti questi vari signori per decidere chi canta.

Milena Gabanelli: Mi sembra sempre la stessa canzone.

Corradino Mineo: Che a te sembri sempre la stessa canzone è un fatto, però non sono più le normali notizie, non è più Veltroni che ha detto una cosa a un convegno, Bossi che ha fatto un'esternazione e tu gli costruisci addosso un servizio. Alle venti, che è un'ora fatidica, c'è il Tg1. Chi deve scendere? Scende Maurizio Lupi, scende Tenaglia che è il ministro ombra, e loro sono obiettivamente portati a rappresentare le posizioni più distinte e a rappresentare le posizioni che meglio facciano gli interessi

della propria parte politica. Quindi è una commedia che è diversa sia rispetto al pastone che rispetto alla nota politica.

Giulietto Chiesa: Noi siamo usciti la settimana scorsa con un'intervista a Licio Gelli che ha ottenuto quattrocentomila spettatori, perché siamo andati sulle televisioni analogiche. Il pubblico noi non ce l'abbiamo ancora quindi non posso dire niente. Però se dovessi dire non mi fiderei di Audiel. Audiel è un trucco che è stato costruito per soddisfare le esigenze dei pubblicitari, per dividere la torta pubblicitaria tra Rai e Mediaset. Io non credo che questo modello investigativo funzioni. Abbiamo fatto lunghi studi insieme a quelli che l'hanno creato, che giungono alla conclusione che questo modello non è affatto attendibile. Quindi su questo non mi baserei. Vorrei aggiungere una cosa alla descrizione che ha fatto Santoro. La descrizione che ha fatto Santoro dice esattamente che la Rai non è un servizio pubblico. Le ragioni sono molte diverse, e più complicate; esattamente quello che io sostengo. Siccome le frequenze sono pubbliche qualcuno mi deve spiegare perché le frequenze pubbliche sono state date in appalto a non si sa chi, che le gestisce nel suo interesse. Che cosa si fa per fare della buona informazione? Ha ragione Milena, è difficilissimo. Io non sono convinto che la si possa inventare da un'altra parte, penso che la professionalità che c'è in Rai debba essere utilizzata diversamente. C'è una grande professionalità che è stata compressa in tutti questi anni, stravolta e piegata agli interessi della classe politica o della "casta". Una volta non usavo questo termine, adesso lo uso. La classe politica è una classe che ha degli interessi precisi che sono distinti da quelli della gente. Una prova di quello che dico, una prova sola. Milioni di persone lavorano in Italia, ma nel servizio pubblico, salvo rare eccezioni, il lavoro è sparito negli ultimi venti anni. Non c'è più il lavoro. Non sto parlando solo degli incidenti sul lavoro: sto parlando del lavoro che è la maggior parte della nostra vita e che non compare mai. Ma volete fare un po' di conti, mettiamoci lì con il palinsesto di Rai1, Rai2 o Rai3, non parlo della televisione commerciale che è una cosa che non m'interessa. Guardiamo i palinsesti: di che si parla? Il 90% di quello che si dice in televisione è la televisione che parla di se stessa e la politica che parla di se stessa attraverso la televisione. La visione del mondo che ricaviamo da questa televisione è questa. Ci serve questo? Ha ragione Santoro: per costruire un pubblico ci vuole una volontà politica e questa espressione «costruire il pubblico» a me piace, non me ne vergogno, perché viviamo in un paese che ha bisogno di essere rieducato alla democrazia. Carattere pedagogico. Sissignori! Noi abbiamo una Costituzione che è meravigliosa, che nessuno conosce e che viene violata tutti i giorni. Quindi il problema dell'uso di un possente strumento di formazione culturale non mi spaventa né m'imbarazza. Mi domando perché dovrei vergognarmi a dire che la televisione educasse la gente. Perché non abbiamo un sistema d'istruzione pubblico che educa la gente? Ci dobbiamo vergognare di questo? La più potente macchina culturale, informativa e formativa che abbiamo nel paese non deve formare? E dobbiamo essere in Italia così soggetti e subalterni alla pubblicità? Molto più che in Francia, molto più che in Germania, molto più che in Gran Bretagna? Perché? Perché la pubblicità deve decidere tutto? Ha ragione lui, è la pubblicità che decide. Poi mi si è detto di fare i nomi. Io faccio i nomi: Vespa è semplicemente l'epifenomeno, è l'epifania di questa situazione. Io non voglio che gli si tolga il diritto di parlare; per carità, che parli, ma la domanda è: perché quattro sere a lui in una settimana in cui ci sono sette sere? Per quale motivo dobbiamo dare a lui questa preferenza? E chi è che gliel'ha data? Chiaramente non noi. E perché non devo dire questa cosa? E perché non devo dire che tutta una serie di talk show sono una balla clamorosa, inventati e costruiti? Io ho partecipato a questi talk show e so quali trattative ci sono sottobanco per avere questo o quell'altro interlocutore. Non mi si venga a dire che si tratta di programmi che fanno discussione: sono degli show costruiti sulle spalle della gente e quasi sempre contro la gente. Io lo so perché so che cosa si contratta dietro le spalle, essendo stato uno dei partecipanti di questi talk show. Che dibattito è se prima si decide chi c'è e chi non ci può o deve essere, tutto alle spalle della gente? Quando io dico che voglio un altro servizio pubblico, dico che voglio un servizio pubblico che rappresenti e rifletta i desideri e le aspirazioni, la volon-

tà di migliorare che c'è ancora in una larga parte dell'Italia.

Nicola Sani: Io ho notato che la serata tra api e Vespa si è fatta alla fine piuttosto pungente. Ho ascoltato delle frasi che mi hanno stimolato una piccolissima riflessione. Santoro diceva che anche nella pubblicità c'è un gesto, c'è una ricerca importante. C'è anche nelle sigle. Credo che il discorso sulle sigle all'interno di un palinsesto televisivo sia un fatto molto interessante, dove si annidano questioni anche creative e anche di comunicazione molto importanti. Mario Sasso e io ne abbiamo fatte molte e abbiamo cercato di creare un approccio diverso rispetto al modo di timbrare un palinsesto e di caratterizzarlo all'interno di un'impaginazione. C'è la necessità d'un ascolto diverso e più critico. In questo senso Veneziani ha usato prima una parola molto bella: polifonia. Polifonia non vuol dire consonanza. Gessualdo ci insegna che polifonia è coesistenza di linee che possono essere anche profondamente dissonanti. In questo senso io penso che la molteplicità all'interno del palinsesto di un'azienda vada salvaguardata. Un'azienda di broadcasting, un'azienda televisiva è una cosa molto complessa. Avete parlato di questioni che riguardano le punte dell'audience e della comunicazione ma un'azienda lo è nella sua totalità, lo è anche nelle sue orchestre. Le quattro orchestre che sono state chiuse, tranne una che è rimasta a Torino, rappresentano un fatto che ha impoverito la qualità di un'azienda, perché chiudere l'orchestra Scarlatti di Napoli ha voluto dire chiudere l'unica orchestra del Mezzogiorno continentale italiano, se parliamo di un'orchestra sinfonica. Attorno a un'orchestra sinfonica vive un humus di cultura, di relazioni, di consenso, di attenzione, anche di crescita culturale. Da questo punto di vista l'unica orchestra rimasta è un'orchestra importante che va valorizzata in maniera diversa. Un'azienda che la mantiene deve porsi anche questo problema, se è vero che le orchestre appartengono alle televisioni di tutta Europa. Questo fa parte di quella crescita, di quell'attenzione, di quell'ascolto diverso che poi motiva un pubblico diverso, che frequenta i palinsesti così come frequenta i teatri. L'altra sera guardavo *T'ottello* di Verdi meravigliosamente diretto da Muti e pensavo al fatto che Verdi ha parlato alla gente semplice di cose semplici, di uomini semplici: un moro che viene lasciato solo, che viene abbandonato. A lui per esempio ho pensato quando ho scritto la mia opera su Falcone, che peraltro non ha trovato grande attenzione nel palinsesti Rai. Manca quella felice sinergia, quel felice processo d'intenti che può portare per esempio un'opera contemporanea ad apparire anche all'interno d'un progetto televisivo di comunicazione, anche innovativo, che guarda al presente. Come dire: c'è un'opera su Falcone, parliamone. Sono sinergie e sintonie che devono poter esserci in un paese come il nostro, che ha delle punte straordinarie in televisione che sono qui presenti stasera. Pensavo al fatto che Verdi ha parlato di una schiava nera come Aida, ha parlato di una zingara nel *Trovatore*. Sono questioni che sono legate alla musica che fa parte di un nostro patrimonio e che deve trovare possibilità di espressione, adesso non so nemmeno dire come, ma sicuramente non deve essere soltanto considerata un discorso di nicchia. Se noi torniamo ad appropriarci di certe cose, le valorizziamo, le facciamo nostre, usiamo le strutture che abbiamo e le portiamo all'esterno, forse facciamo anche la televisione pubblica migliore del mondo, in grado di parlare ai tre milioni e mezzo, quattro milioni di spettatori con poco sforzo e con gente capace come quella che c'è qui stasera.

Anita Trivelli: Faccio una domanda vetero a Milena Gabanelli. Su quel palco lei è l'unica donna. Vuole commentare in qualche modo questo fatto?

Milena Gabanelli: Declino.

Corradino Mineo: Io credo che ci siano ormai molte donne che fanno televisione a un certo livello. In Italia, è vero, è un po' complicato. Michele Santoro lo diceva prima dei telegiornali, ci sono molte vecchie sedimentazioni sul contratto di lavoro, il modo di far carriera dentro questo contratto, l'idea che si ha dell'immagine, quindi le colleghe vengono messe molto in video. Questo, proprio per la struttura del contratto, le taglia fuori dalla carriera. Voi poi apprezzate delle trasmissioni, per parlare di quella di Santoro o di quella di Gabanelli, che sono molto più pensate: cioè loro non sono in nessun modo delle persone che prima si mettono in video e poi costruiscono la loro fortuna. Lo dicevo

prima di quella di Santoro perché non tutti lo sanno, per quella di Gabanelli è del tutto evidente. È un tipo di produzione intellettuale che finisce col danneggiare le colleghe, le quali finiscono con l'andare molto in video quando però questo andare in video è all'interno di schemi particolarmente ripetitivi. Non dirò di chi parlo perché non mi pare generoso. Ma una delle colleghe giornaliste più stimatissime d'Italia ha un problema gravissimo, tecnico-professionale: a un minuto e quindici, un minuto e trenta le scatta un drin nell'orecchio e quindi prima di un minuto e trenta non interrompe la persona con cui sta parlando, dopo un minuto e trenta qualunque cosa stia dicendo Marcello Veneziani gli deve togliere la parola. È così condizionata da questo suo "minuto e trenta" del telegiornale che difficilmente riuscirà mai a fare una trasmissione come quelle che fanno Santoro e Gabanelli.

Milena Gabanelli: Però avrà il dono della sintesi.

Corradino Mineo: No, perché interrompe immediatamente l'emozione mentre sta avvenendo, perché dopo quel minuto e quindici, minuto e trenta non ce la fa più, ha l'impressione di perdere il suo pubblico.

Milena Gabanelli: Volevo comunque dire che nel nostro gruppo di lavoro la maggior parte sono donne. **Mario Sasso:** Io credo che stiamo guardando molto ai contenuti e alle situazioni che ognuno di voi vive all'interno di quest'azienda e non ci si accorge che però questa azienda sul piano estetico si sta sgretolando, sul piano proprio dell'immagine complessiva: disfunzioni a non finire, mancanza di rigore, mancanza d'impaginazione delle reti, mancanza di riconoscibilità. Prima Nicola parlava delle sigle. È vero le sigle possono aver fatto il loro tempo. Credo che questo impoverimento sia un impoverimento culturale anche della conduzione. Questa è un'azienda che va sostenuta anche sul piano dell'efficienza. Le sigle, nel mio caso, hanno avuto nel tempo delle motivazioni diverse: negli anni Sessanta era per informare, negli anni Settanta serviva per intrattenere la gente. Insomma, questa cosa che si era disegnata piano piano si è sgretolata e secondo me all'interno qualcosa si può fare. All'interno dovete parlare anche di questo problema.

Corradino Mineo: Poco tempo fa avevo Guidi, che è un industriale, in collegamento da Milano: lui non mi sentiva e siamo andati avanti così un quarto d'ora. Ancora dieci anni fa, non dico venti, sarebbe successo l'infemo, il capo del palinsesto avrebbe chiamato il capo struttura. Questa volta si sono tutti sorpresi perché ho chiesto umilmente per iscritto che mi fosse spiegato cos'era successo. Risposta: che cosa vuole questo? Succede e basta, non si deve sapere. Ma il punto di fondo è che se si va avanti *naturaliter* con quello che sta succedendo nella commissione parlamentare di vigilanza, e con l'accordo in svendita che si farà scambiando quello con la riforma della giustizia, con ogni probabilità non ci saranno idee nuove immesse nella Rai nel prossimo periodo e tendenzialmente Mediaset si rifarà di quello che ha perso con Murdoch utilizzando il digitale terrestre per vendere sport e fiction. E allora andremo molto presto a un duopolio, ma fra Murdoch e Mediaset con la Rai esclusa perché ha una spesa incompressibile. Non può infatti ridurre i costi più di tanto per molteplici ragioni sulle quali qui non mi dilungherò, ma per esempio per il fatto che non si può licenziare. Quando la Cgil dice: ma perché date questi lavori in esterna? Scusami, diamo questi lavori in esterna perché se no non facciamo più niente. Non ci sono più le professionalità per fare la maggior parte dei programmi, sono tutti ex Rai che sono usciti. E il rischio che la Rai finisca in una "deriva Alitalia" è molto, molto forte. Noi tutti lo diciamo. Ci sono anche dei politici e degli intellettuali che lo dicono, ma il sistema è sordo. Tutti dicono come dovrebbe essere ma come si fa nessuno lo dice.