

CAPITOLO V

GIORNALISMO INTERCULTURALE E COMUNICAZIONE: FONDAMENTI TEORICI E RIFERIMENTI ETICI

SOMMARIO: 1. Il giornalismo in una società pluralistica – 2. La parzialità di un giornalismo “multiculturale” o etnocentrico – 3. Il Giornalismo interculturale: i fondamenti teorici e i riferimenti etici – 4. Il Giornalismo interculturale: le esperienze di studio e ricerca all'estero – 5. Il Giornalismo interculturale: un diverso orizzonte per i media – 6. Il Giornalismo interculturale e le sollecitazioni del “Redattore Sociale” – 7. Il Giornalismo interculturale: la Carta di Roma

*Non siam razza d'artista, né maschere da gogna
e chi fa il giornalista si vergogna.
Non che il fatto c'importi, chi non ha in qualche posto
un peccato o un cadavere nascosto?*

F. Guccini, Gli amici, 1983

Le sfide che la società contemporanea pone richiedono un giornalismo, una comunicazione (social o meno) e un *digital marketing* dal taglio “interculturale”. Una comunicazione e un giornalismo in grado di leggere, interpretare e rappresentare una realtà complessa qual è quella in cui viviamo; e in grado di relazionarsi con persone di differente cultura. Il ruolo di giornalisti e di comunicatori – mediatori fra le fonti e il pubblico – ci chiama a un approccio interculturale che è necessario se intendiamo informare e comunicare con autorevolezza e con efficacia.

Si vogliono qui tracciare i fondamenti teorici e i riferimenti etici del giornalismo interculturale e della comunicazione interculturale nei media, muovendosi nell'orizzonte teoretico della Pedagogia interculturale. Crediamo, infatti, che i valori dell'Educazione e della Pedagogia interculturale, e il loro modo

di porsi nei confronti dell'alterità, consentano di fruire di strumenti interpretativi importanti per il giornalismo e per la comunicazione.

Sottolinea Portera (2003, p.6): “*L’approccio della Pedagogia interculturale* rappresenta una vera e propria rivoluzione copernicana: l’alterità, l’immigrazione, la vita in una società complessa e multiculturale non sono considerate come rischi di disagio o di malattie, ma come delle opportunità di arricchimento e di crescita personale e collettiva; l’incontro con lo straniero, con il soggetto etnicamente e culturalmente differente, rappresenta una sfida, una possibilità di confronto e di riflessione sul piano dei valori, delle regole, dei comportamenti”.

Sgomberiamo subito il campo, prima di passare a trattare del Giornalismo interculturale e della comunicazione interculturale nei media, da un possibile fraintendimento. L’approccio “pedagogico” non è quello “etico-pedagogico basato su ideali superiori” a cui fa riferimento Sorrentino (1995, p.40), citando Baglioni (1974, “L’ideologia della borghesia nell’Italia liberale”), un elemento “etico-pedagogico” inteso come serie di valori e convincimenti calati dall’alto sulla stampa perché li trasferisca a una società che la stampa stessa non riesce a capire, a interpretare e quindi neppure a raccontare in tutta la sua complessità e nelle sue nuove articolazioni. La Pedagogia interculturale di cui tratta Portera – e nella quale ci riconosciamo – è semmai ricerca, approfondimento continuo, capacità di analisi e volontà di conoscenza, umiltà di interpretazione, tensione a comprendere e ad incidere su una società che ha bisogno di testimoni empatici e attenti; il tutto nel quadro di una “Pedagogia dell’essere, più che della cultura” (Secco, 1999a, p.153).

È il caso, poi, di liberare il campo da un altro fraintendimento o, peggio, da un pregiudizio: che il Giornalismo interculturale sia un “giornalismo buonista”, che disprezza le regole, ignora i temi della legalità e della sicurezza; e che tutto giustifica in nome di un non ben chiaro approccio “politically correct”. È invece il caso di sottolineare che il giornalismo interculturale è soprattutto un “buon giornalismo”, il quale attinge al meglio della tradizione giornalistica: curiosità (l’Altro mi interessa e mi riguarda), attenzione al dettaglio, approfondimento, conoscenza del contesto e di ciò che precede e segue il fatto da narrare, sensibilità verso il linguaggio, riflessione sul modus operandi dentro e fuori una redazione o un’agenzia di comunicazione. Il giornalismo interculturale, inoltre, pone il rispetto delle regole –

discusse, condivise e decise in modo democratico e con attenzione al rispetto dei valori fondamentali dell'essere umano – come prioritario; così come prioritari sono il rispetto delle leggi e il diritto di parola, di critica e di opinione divergente.

1. Il giornalismo in una società pluralistica

“L'impreparazione, unita alla presunzione, rappresenta il più grande fra i problemi del giornalista, dopo quello dell'indipendenza”, osserva Roidi (2001, p.110), che aggiunge: “Il tempo di un'informazione superficiale e abborracciata è finito. Il lettore è smaliziato, sa leggere, ha bisogno di notizie non solo tempestive (che fornisce la Tv) ma anche precise, approfondite, documentate. Il potere affidato a un giornalista è grande: può distruggere una persona o, più raramente, fare la sua fortuna. Egli, per questo, dovrebbe agire con umiltà e senso di responsabilità, doti che spesso vengono sostituite da punte, più o meno visibili, di arroganza” (2001, p.112).

La *fragilità del giornalismo italiano* e della sua cultura professionale è evidenziata anche da Barbano (2003, p.62) il quale spiega come la prevalenza della tecnica si traduca in una rinuncia rispetto al ruolo pedagogico che il quotidiano oggi è chiamato a svolgere nella società moderna; ruolo pedagogico da intendersi come contropartita culturale e interpretativa che, in cambio del prezzo d'acquisto del quotidiano, i giornali forniscono al lettore, aiutandolo nella comprensione dei fenomeni che guidano la sua comunità, e consentendogli di governarli. Si tratta di una “pedagogia” che secondo Barbano deve rispondere a domande reali del pubblico dei lettori, individuabili attraverso una mappa dei bisogni e dei valori sociali presenti in una comunità.

Tra le funzioni del giornalismo, Kovach e Rosenstiel (2007) – alla fine di una ricerca che ha coinvolto 300 giornalisti e 3000 lettori americani – pongono anche quella di “educare” i lettori; azione educativa che si affianca alla raccolta, selezione, interpretazione e diffusione delle notizie. Come osserva Russ-Mohl (2011), il giornalismo ha una serie di funzioni: informare, diffondere notizie e costruire cornici di senso, tematizzare (puntare i riflettori su determinati temi), criticare e controllare, intrattenere, socializzare, integrare (creare ponti fra mondi diversi) e formare. “Alla funzione educativa dei media spesso è attribuita poca considerazione (...). In realtà anche i media contri-

buiscono alla formazione, anche se non come loro funzione primaria (...). Acquisiamo una parte considerevole della nostra cultura generale proprio attraverso i media. Per questo motivo è opportuno, di tanto in tanto, prestare attenzione anche alla funzione formativa del giornalismo” (Russ-Mohl, 2011, p.23).

Eppure, quando si parla di “ruolo pedagogico”, di *compito “educativo” dei giornali*, molti giornalisti rispondono con espressioni di sconcerto. Il termine “pedagogico” ha assunto per taluni una connotazione negativa, dispregiativa, come se un giornalismo pedagogico fosse un giornalismo della manipolazione, al servizio del Potere. Niente di più errato.

Il richiamo alla Pedagogia è quanto di più “rivoluzionario” e innovativo – in società complesse e pluralistiche come quella italiana e come quella europea – vi possa essere; là dove la Pedagogia va intesa come una scienza dell’educazione capace di proporsi e imporsi come disciplina che può fornire risposte e indicare modalità di soluzione nella progettazione esistenziale della persona (si veda il richiamo di Portera, 2004, p.9). La Pedagogia è una scienza “critica e progettuale” al medesimo tempo (Frabboni-Pinto Minerva, 2005, p.18); impegnata da un lato in un’analisi critica del presente e dall’altro nella progettazione di possibili percorsi di trasformazione dell’esistente.

È del resto lo stesso pubblico di lettori e di telespettatori (la “audience”) a chiedere ai giornali di svolgere un ruolo interpretativo, di indirizzo e di sviluppo dei temi, oltre che un compito narrativo, di rappresentazione della realtà che ci circonda; e dei fatti che vi accadono. I giornalisti e i comunicatori non dovrebbero dimenticare che l’informazione e la comunicazione svolgono un ruolo strategico nell’arena pubblica, tanto da diventare parte costitutiva del processo di rinnovamento delle istituzioni (si veda Rovinetti, 2002). La società intera necessita di strumenti di comprensione, perché l’accresciuta complessità sociale crea un sempre più chiaro bisogno di cittadini che siano bene informati; e i cittadini bene informati sempre più fondano le loro conoscenze su informazioni non esperite direttamente ma raccolte dai mezzi di comunicazione di massa (Mancini, 2003, p.71): “Il cittadino ben informato vuole avere la piena coscienza delle proprie azioni che devono essere fondate ragionevolmente e quindi necessitano di informazioni adeguate”. È ancora Mancini (2003, p.77) ad affermare che “la comunicazione pubblica identifica quell’arena dell’attività simbolica di una società in cui, a seguito dei processi di differenziazione sociale, sistemi

diversi interagiscono e competono per assicurarsi visibilità e per sostenere il proprio punto di vista su argomenti di interesse collettivo”.

In quanto attori presenti nell'arena dell'attività simbolica di una società, i giornali e i giornalisti/comunicatori che li realizzano non possono sottrarsi di fronte alle loro responsabilità – anche pedagogiche, anche educative – e all'impegno di fornire strumenti credibili di interpretazione del mondo in cui viviamo. Non ci si riferisce qui alla necessità di spiegazioni esaustive, totalizzanti e definitive: ma ad un continuo, quotidiano impegno sul fronte della comunicazione, della messa in comune di significati e di chiavi di lettura della realtà. Senza la luce di giornali ben fatti e di giornalisti preparati e coscienti del proprio ruolo non sarà possibile andare incontro all'ansia, alla richiesta di orientamento e di comprensione che sale dai lettori.

Santini (2002, p.322) denuncia il fatto che la velocizzazione dell'informazione e le nuove tecnologie hanno costretto molti giornalisti a lavorare in presa diretta, con il risultato di produrre una mole crescente di errori: “Questi sbagli non offendono solo la grammatica, la sintassi, la pronuncia, lo stile giornalistico, la correttezza dell'informazione, ma oltraggiano – sì proprio oltraggiano – i destinatari della comunicazione portatori, anche loro, di un diritto costituzionale”.

I giornalisti sono consapevoli di come l'aumento esponenziale delle informazioni minacci la loro funzione e la loro identità professionale, avverte Sorrentino (2004, p.455): “È come se si appannasse il loro sapere, consistente proprio nel routinizzare l'imprevisto, cioè selezionare e presentare gli eventi in grado di ben esemplificare il racconto della società. Il pericolo è che la ridondanza non permetta una lettura articolata e comparata degli eventi (...). Siccome senza comprensione non vi può essere effettiva comunicazione, ne deriva l'apparente paradosso che l'allargamento dello spazio sociale rappresentato dai media provoca un deficit di comprensione. L'informazione da luogo di scambio e di comunicazione, che consente l'incontro tra diversi, che allarga le reti relazionali e favorisce nuove forme di reciprocità, rischia di perdere la capacità di attribuire senso, di costruire identità, di formare l'opinione pubblica, proprio perché non riesce più a collegare, a mettere in comune, a creare condivisione”.

Che la professione giornalistica abbia subito un consistente cambiamento negli ultimi anni è evidenziato da Agostini (2004, p.15), il quale fa notare come i “valori notizia” non sono più da

considerarsi immutabili; come i giornalisti siano consapevoli che fatti e storie non sono isolati ma vivono in un preciso contesto, in un “universo mediatico”; e di come il “flusso informativo” avvolga sia gli operatori dell’informazione che il pubblico. Da parte sua, Sorrentino (2010, p.82) sottolinea che “nel corso del tempo la visione del giornalismo come esposizione delle eccezionalità oppure delle diseguaglianze si è appannata. Il giornalismo appare sempre più come un luogo di scambio: un luogo d’incontro fra differenti attori sociali”.

Accelerazione, frammentazione e dilatazione (Splendore, 2011) caratterizzano il giornalismo online, che lavora “in presa diretta” come i canali televisivi all news. Tra l’accadimento e la sua rappresentazione passano spesso pochissimi minuti o addirittura secondi, tanto che il ruolo di mediazione del giornalismo viene messo a dura prova: vi sono situazioni, nelle redazioni web e in quelle radiotelevisive, in cui la mediazione salta e il giornalista rischia di diventare solo un amplificatore di quanto accade in diretta davanti al lettore o spettatore. Di contro, nelle redazioni dei giornali stampati *l’overload informativo* mette altrettanto a dura prova il ruolo mediatore (tra fonti e pubblico di lettori) del giornalista: è un sovraccarico informativo dovuto a due ragioni, la prima da rintracciarsi nell’aumento esponenziale di notizie che un giornalista riceve grazie ai nuovi media (dall’email a Twitter); la seconda ragione legata ai tagli negli organici che costringono i giornalisti, dentro e fuori le redazioni, a una produzione frenetica il cui prezzo finale è un impoverimento della qualità e un appiattimento su routines e linguaggi stereotipati.

Un *cambio delle routines redazionali*, una diversa organizzazione del lavoro giornalistico e delle pratiche professionali, l’impiego di un *nuovo linguaggio*, la formazione e *l’aggiornamento dei giornalisti*, un diverso *rapporto con le fonti*: sono queste alcune delle azioni da compiersi in via preliminare per giungere a un modo interculturale (e autorevole) di fare giornalismo. Non a caso, sono gli “uomini macchina” – i giornalisti che lavorano al desk, i *gatekeeper* – ad avere una visione meno sensibile, più stereotipata dell’immigrazione. Come osserva Morresi (2003, pp.206-208), la routine uccide la professionalità: il ricorso al “formato breve” della notizia, il lavoro al desk che costringe il giornalista a guardare il mondo con una specie di cannocchiale rovesciato che allontana gli eventi, il distacco dalla realtà aggravato dall’abuso di stereotipi linguistici, la perdita

di spessore dell'identità giornalistica, portano ad una perdita di credibilità della professione.

Sottolinea Grossi (2004, p.23) che il compito primario dei media è di “restituire ai lettori una realtà che soddisfi la loro richiesta di comprensione dei fatti che accadono nel mondo e che informi la loro coscienza critica (... mentre) ogni mezzo d'informazione è, inevitabilmente, un giudizio sulla realtà”. Come possono i mass media dare giudizi attendibili e autorevoli sulla realtà multiculturale in cui siamo immersi, se non fanno riferimento ad un quadro deontologico forte? a valori e sensibilità interculturali? Come possono rinunciare, senza perdere in qualità e in credibilità, alla tensione morale che porta all'incontro con l'Altro, all'ascolto e al dialogo? È vero che non basta il richiamo alla deontologia e alle leggi per avere un giornalismo rispettoso della diversità; occorre un insieme di azioni, di disposizioni culturali e di spinte dell'anima che consentano di andare oltre la siepe della superficialità, della banalità, della routine e della pigrizia intellettuale.

Da rimarcare, poi, l'importanza di *fonti alternative* rispetto a quelle istituzionali. Uno degli sforzi che deve fare il mondo del volontariato, delle associazioni dei migranti, delle organizzazioni legate alle diverse espressioni dell'immigrazione è quello di accreditarsi agli occhi dei giornali e dei giornalisti come fonti autorevoli. Un aiuto, in questo senso, viene dalla “comunicazione pubblica” (si veda Rovinetti, 2003, pp.33 e segg.): uno dei settori della comunicazione pubblica è quello della comunicazione “sociale o di pubblico interesse”. Essa riguarda l'attività di istituzioni, enti pubblici e associazioni private non-profit, le tematiche del terzo settore e le campagne di comunicazione destinate a favorire cambiamenti significativi e modi nuovi e condivisi di essere cittadini.

Proprio dalla comunicazione pubblica – declinata per la parte che riguarda il sociale – e dai suoi strumenti (uffici stampa, reti civiche, sportelli polifunzionali, Urp), oltre che dagli esperti professionisti che vi lavorano (giornalisti, comunicatori pubblici, tecnici della comunicazione), può venire una spinta determinante nel gioco quotidiano per costruire l'agenda dei media. Solo con un forte potere contrattuale di tipo informativo e comunicazionale – il cui peso risente del potere economico posseduto – il mondo dei migranti può introdurre differenti notizie, nuove visioni, temi alternativi per raccontare in modo più completo e più rispettoso la “diversità” culturale.

Il percorso verso il Giornalismo interculturale – va messo in chiaro – non è un percorso facile. Come abbiamo più volte sottolineato in questo libro, sono necessari intelligenza e cuore. Vi è bisogno di una *conversione culturale* e di una conversione dell'anima. È richiesta, poi, molta fatica; occorre un notevole impegno. L'impegno è quello di fermarsi, alla fine di un articolo o di un servizio Tv o di un post su Facebook, e chiedersi: "Ho usato i giusti toni e le giuste parole che comunicano senza offendere? Ho rispettato la persona che vi è dietro e oltre il velo degli accadimenti? Mi sono ricordato che saranno in centinaia di migliaia i lettori che giudicheranno gruppi e situazioni anche in base agli elementi forniti dal mio scritto? Ho contribuito a ridurre o ad accrescere l'entropia che è connaturata al nostro mondo, la tendenza all'aumento del disordine? Fra i temi possibili, ho scelto quelli più vicini ai lettori e ai soggetti meno tutelati, o mi sono seduto al banchetto dei potenti?"

Si è già detto che i *mass media hanno un compito educativo*, oltre che informativo. I mass media svolgono infatti un ruolo importante come "agenzia educativa extrascolastica", potendo fornire anche le "competenze interculturali" (Portera, a cura di, 2013) necessarie a vivere in una società pluralistica. Per questo, nel trattare dei nuclei familiari "multiculturali", Portera (2004, pp.215 e segg.) parla di "educazione interculturale ai media e con in media in famiglia". Come osserva Gennari (1986, p.150), "la comunicazione massmediatica non è che una faccia del grande poliedro entro cui si disvela la comunicazione sociale"; di qui l'impegno affinché i media riescano a produrre valori culturali. Perché ignorare il problema di un giornalismo che è comunque "educativo" (o diseducativo, a seconda dei casi), che lo si voglia o meno?

"Che vi sia *un magistero dei media*, quanto meno nel senso di una potenza comunicativa e persuasiva sconosciute nel passato, e che vi sia anche, nella specificità dell'impatto mediale un'importante implicazione – come spesso e forse troppo enfaticamente si è sottolineato – di ripensamento e di revisione dello statuto dei 'saperi', è un dato, più ancora che uno spunto di sia pur opportune e acute interpretazioni. Ma ciò che può valer la pena di considerare più dappresso è il sistema di ambivalenze talvolta sconcertanti che il multiforme magistero della medianità evoca ad una riflessione che appena voglia tener conto di categorie concettuali e storiche fondamentali, e ben lungi dal poter essere dichiarate obsolete o scadute. È sorprendente la pigrizia

concettuale con cui si è affrontata talvolta la questione dei media” (Granese, 2003, p.357).

In un contesto multiculturale, qual è quello in cui viviamo, i mass media, proprio per l'importante influenza che esercitano sui suoi destinatari, hanno il compito di promuovere le relazioni interculturali. Si tratta di relazioni, rileva Garcea (1996, p.195), che “coinvolgono diverse visioni del mondo, spesso opposte tra di loro; implicano atteggiamenti di empatia e di sensibilità; richiedono l'abilità di saper interpretare i segnali degli altri; coinvolgono processi di adattamento e di apprendimento; comportano azioni combinate e collaborazione, che producono un risultato totale maggiore della somma dei singoli risultati; si prefiggono di trovare una soluzione integrata; presuppongono la comprensione della controparte per essere funzionali; non rappresentano un compromesso, dal momento che non prevedono perdita o rinuncia di forze attive”.

Il Giornalismo interculturale si pone su questa strada e punta a favorire un processo di adattamento culturale fra persone di differente cultura, cioè “un complesso di attività cognitive e comportamentali che influenzano sia la nostra esistenza nella cultura in cui siamo nati, sia le occasioni di contatto con le altre culture, come ad esempio durante i soggiorni all'estero. L'adattamento culturale rappresenta un'acquisizione intellettuale che si completa nel momento in cui registriamo nella nostra mente l'esistenza di mondi diversi dal nostro, e li rispettiamo per mezzo del nostro comportamento” (Garcea, 1996, p.190). Questo processo viene favorito da diversi elementi: il rispetto delle persone che si comportano diversamente da noi, la capacità di relazionarsi con esse, la tolleranza dell'ambiguità, l'astensione dai giudizi, l'empatia, la capacità di elaborare ed esprimere riflessioni personali, la disposizione a conoscere e capire gli altri.

Vi possiamo aggiungere anche lo sviluppo di un atteggiamento di *etnorelativismo*: “Esso non presuppone un accordo etico con tutte le differenze, né impone che si neghi la preferenza verso una data visione del mondo. Infatti, non si deve confondere l'adattamento con la negazione della propria dignità e della propria identità culturale. Adattarsi non significa rinunciare ai propri valori e sottomettersi a quelli degli altri. Significa invece integrarsi, difendendo la propria specificità culturale” (Garcea, 1996, p.191).

2. La parzialità di un giornalismo multiculturale o di un giornalismo etnocentrico

Restare fermi a un giornalismo etnocentrico, a difesa di una non ben compresa “identità” religiosa, valoriale o nazionale immutabile, non ha senso. Come abbiamo visto nella parte di questo testo dedicata ai concetti di cultura e identità, ci dobbiamo confrontare con processi che sono intrinsecamente dinamici; ben lontani da feticci o situazioni immobili. Il giornalismo deve quindi essere espressione di questa società in movimento che, senza rinunciare alla propria storia e ai propri valori, si misura con le sfide della globalizzazione e dell’alterità. Il giornalismo si deve assumere il compito impegnativo di raccontare e interpretare fatti, eventi e situazioni che vedono coinvolte persone di differente orientamento culturale e religioso. Nessuna “resa”, si badi bene, a un relativismo male inteso; semmai la consapevolezza che il giornalismo e la comunicazione – professioni strutturalmente in continuo cambiamento – debbono sapersi rapportare con una società complessa, che richiede competenze e capacità di lettura avanzate rispetto al passato.

Consapevolezza degli stereotipi e dei pregiudizi, apertura alla novità, studio e formazione, curiosità per ciò che è diverso, conoscenza delle difficoltà e dei meccanismi della comunicazione (interpersonale e di massa): sono questi alcuni degli strumenti per un giornalismo e una comunicazione che sappiano rapportarsi con una società pluralistica. Non si tratta di applicare soltanto alcune “ricette interculturali”, ma di acquisire una nuova *forma mentis* e un atteggiamento anche affettivo ed emotivo di apertura alla conoscenza e al rispetto dell’Altro.

La comunicazione è fatta di tecniche, di processi, di passaggi di tipo cognitivo, sociale e relazionale; ma è fatta anche di sentimenti, di emozioni, di stati d’animo che non sono affatto secondari nel determinare l’esito dei risultati comunicativi. Un comunicatore, un giornalista, un esperto di webmarketing non può ignorare questi aspetti, se vuole che il suo lavoro produca risultati all’altezza della sfida che una società complessa e globalizzata ci pone di fronte ogni giorno. Vi è certo un livello di stress e di fatica maggiore, ma sono maggiori anche le opportunità e le soddisfazioni che il comunicare e il fare giornalismo in una società pluralistica possono dare.

I limiti del multiculturalismo nell’informazione. In una società pluralistica, un giornalismo il quale si fermi a un approccio “multiculturale”, compie un passo in avanti rispetto alle

chiusure etnocentriche, ma di fatto si limita a registrare la presenza di persone di differente cultura: assume un atteggiamento di tolleranza e talvolta di rispetto, evitando la criminalizzazione del diverso, come sottolinea Corte (2006) nelle conclusioni della sua ricerca sui mass media multiculturali. Si tratta di un giornalismo attento a rappresentare nel notiziario la struttura composita della società: riserva un certo spazio alle varie “culture”; in alcuni casi prevede nelle redazioni dei giornali una quota di posti riservati alle “etnie” più rappresentative; può decidere di lasciare ai cittadini immigrati ambiti nei quali essi si possano esprimere; propone rubriche destinate a questa o quella nazionalità; nel trattare delle notizie dall'estero tiene bene in chiaro la presenza di lettori/ascoltatori di differente nazionalità.

Perché definiamo quel giornalismo come “multiculturale” e lo distinguiamo dal giornalismo “interculturale”? La ragione – per usare un'espressione di Portera (1997, p.192) – è che si tratta di un giornalismo descrittivo il quale si riferisce a una “convivenza, più o meno pacifica, gli uni accanto agli altri (tipo ‘condominio’), di persone provenienti da culture diverse”. Il giornalismo “multiculturale” è di certo un passo in avanti rispetto a una stampa italiana che si accorge dell'immigrazione, delle persone di differente cultura, solo quando esse si fanno “emergenza”, problema; oppure quando i migranti sono coinvolti in atti illegali (sbarchi, delitti) o sono oggetto di “storie strappalacrime”, come si può rilevare in Corte (2002, p.117 e segg.).

A conclusione dell'analisi dell'informazione sugli immigrati, con i programmi a loro dedicati da stampa e Tv, Gabellieri (2003, p.261 e segg.) osserva: “Nonostante i difetti e le debolezze che abbiamo esaminato, però, l'offerta mediale multiculturale censita costituisce un elemento importante di prima accoglienza per gli immigrati e può costituire un passo timido ma importante verso la costruzione di una società polifonica, in cui le diverse nazionalità hanno pari diritto di cittadinanza. Che siano i cittadini stranieri ad attivarsi o quelli italiani, singoli od associati, ciò che conta è lo sforzo testimoniato di dar voce alle diversità, anche semplicemente arricchendo il nostro panorama culturale di lingue, sapori e suoni diversi dai nostri. C'è da dire, però, che l'attivismo movimentista e il volontarismo solidaristico caratterizzanti oggi la produzione per gli immigrati, pur avendo avuto un ruolo di ‘avanguardia’, non possono essere sufficienti a promuovere politiche di convivenza e di integrazione nel mantenimento delle diversità”.

La proposta di offrire occasioni di “realizzazione professionale”, e quella di prevedere possibilità di lavoro nelle redazioni per giornalisti di origine straniera, possono essere considerate importanti; si tratta purtuttavia di interventi parziali. Così come scelta necessaria ma non sufficiente è quella di fare dei cittadini immigrati “non solo l’oggetto della notizia, ma piuttosto un pubblico di riferimento, capace di attivare un mercato e di diventare esso stesso promotore, creatore e attore dei programmi informativi” (Gabellieri, 2003, p.271).

Un esempio di “approccio multiculturale” nei media radio-televisivi viene dalla Gran Bretagna, che assieme a Germania e Francia è tra i Paesi europei con una più lunga tradizione di immigrazione e di società pluralistica: “La politica multiculturale dei media britannici si colloca nel quadro di una articolata legislazione a tutela delle minoranze volta a combattere la discriminazione razziale e ad assicurare un’attenzione e rappresentanza adeguate della composizione etnica della società britannica negli ambienti di lavoro, nel campo dei servizi e dei media” (Mauri e altri, 1999, p.148).

A seguito di questo approccio “multiculturale”, i media britannici si sono dotati di una politica di tutela e di garanzia della rappresentanza delle altre culture: si va dall’applicazione di codici deontologici alla redazione di palinsesti in cui sono previsti spazi per le minoranze etniche e presenze di minoranze etniche in programmi generalisti; dalla politica delle pari opportunità per “gruppi svantaggiati” a corsi di “formazione alla diversità” per gli addetti alla selezione e alla gestione del personale, per i produttori, gli autori e i conduttori dei programmi; per concludere con l’ethnic monitoring. Quest’ultimo “consente di verificare in modo periodico il grado di integrazione raggiunto all’interno dell’emittente, attingendo a un database costantemente aggiornato che permette di constatare la percentuale di appartenenti a minoranze ad ogni livello dell’organigramma, la loro posizione, i tempi di avanzamento delle loro carriere e in generale tutti gli elementi che rendono possibile una verifica dell’assenza di dinamiche discriminatorie” (Mauri e altri, 1999, p.150).

In pratica, si vuole assicurare che il “condominio informativo multiculturale” dia espressione ed opportunità eguali a tutti i soggetti delle diverse etnie; che la “vita condominiale multiculturale” si svolga senza discriminazioni, senza tensioni, senza esclusioni e nel rispetto delle diversità. Di relazione, di interre-

lazione, di “media interculturali” non si parla. Un approccio di questo genere, secondo l’ottica interculturale, mostra dei limiti: come in un condominio, i differenti gruppi sociali sono lasciati crescere, vivere, operare senza una relazione autentica, senza uno scambio dove ciascuno mette in gioco una parte di sé stesso. L’approccio interculturale – anche nel giornalismo e nell’attività di comunicazione sociale e pubblica in genere – non mette a rischio l’identità, non nega la cultura e la diversità. Esso evita di discriminare il diverso; di considerare l’identità e la cultura come qualche cosa di statico, di immutabile, di imm modificabile. Proprio dalla coscienza profonda della dinamicità insita in ogni identità, in ogni cultura, discende nel “giornalista interculturale” il rifiuto del pregiudizio, della visione stereotipata, della rappresentazione immobile e mai cangiante dell’Altro. In questo, la scelta interculturale travalica, supera e approfondisce quanto la posizione multiculturale ha posto: sia nelle relazioni interpersonali che nella rappresentazione mediale.

3. Il Giornalismo interculturale: i fondamenti teorici e i riferimenti etici

Nel proporre alcune riflessioni per un “Giornalismo interculturale” – che vada oltre l’approccio del “multiculturalismo mediale” e oltre le chiusure di un “giornalismo etnocentrico” – vogliamo partire e poi muoverci nell’orizzonte teorico della Pedagogia interculturale, così come si è venuto elaborando negli studi e nelle ricerche di cui abbiamo dato conto nella prima parte di questo testo.

Secco (1992, p.35) afferma che “sembra più giusto fondare la Pedagogia interculturale sull’essere dell’uomo, su quanto emana dalla sua natura, e poi modulare il contingente (tra cui i rapporti tra culture) sulle funzioni che esso può svolgere a vantaggio di una migliore affermazione della propria umanità sia in sé, sia in rapporto con gli altri”. Sottolinea poi (1992, p.43) che “l’interculturalità in sé e per sé non esiste; esistono i rapporti tra persone appartenenti a diverse culture; è su questi che occorre fermare l’attenzione. Mettersi in rapporto a pari significa rinunciare ad una dominanza e alla concezione universalistica della propria cultura”. Per l’approfondimento delle Pedagogia interculturale rinviamo alle pagine dedicate, in questo testo, a questa

disciplina e alle produzioni scientifiche di Secco, Portera, Frabboni, Santerini e di altri studiosi indicati in bibliografia.

Venendo ai mass media, possiamo affermare che il “Giornalismo interculturale” – per riprendere Portera (in Secco-Portera, 1999, p.24 e segg.) – deve essere il luogo del rispetto dei sentimenti, della comprensione, dell’ascolto di quanto la realtà (la cronaca) ci racconta, del dialogo con (e tra) le differenti culture; un luogo dove si fa anche educazione al pluralismo, alla legalità e alla pace. L’uso sui giornali di un lessico militaresco e violento nella presentazione dell’immigrazione in Italia, dello sbarco dei cosiddetti “clandestini”, dei quartieri e delle problematiche legate alla presenza di cittadini immigrati (“invasione”, “allarme”, “emergenza”), è un esempio di educazione al rifiuto, allo scontro con il “diverso”. La stessa stampa può invece svolgere un ruolo contrario, positivo: può dare una lettura e un’interpretazione della realtà della cronaca non per colorarla di rosa, negando le tensioni e i problemi che i movimenti migratori comportano, ma spiegando quali sono le risorse, le opportunità, i vantaggi, gli arricchimenti che una situazione multiculturale porta con sé e favorisce.

Si educa alla pace ma anche al conflitto, osserva Portera (1999, p.216); si educa al dialogo ma anche alla legalità. Non si chiede e non si ha bisogno di un giornalismo che “nasconda” le notizie scomode; di un giornalismo che a seconda dei governi esalti e drammatizzi, o minimizzi e nasconda gli sbarchi di soggetti irregolari e la criminalità di origine straniera. Vi è bisogno di un giornalismo che sappia comprendere, valutare, fotografare e presentare la complessità di una società multiculturale, con i suoi problemi e le sue risorse; il tutto con quell’approccio interculturale che va al di là non solo delle discriminazioni verso l’Altro, verso le altre culture, ma che va anche al di là del “multiculturalismo”, della logica della buona convivenza da “condominio multiculturale”.

In sintesi, possiamo affermare che il Giornalismo interculturale ha come orizzonte teoretico le acquisizioni della Pedagogia interculturale; e ha come indicazioni concrete quelle che emergono dall’attività di Educazione interculturale. Le fondamenta si saldano con quelle del giornalismo tout-court, là dove la legge del 3 febbraio 1963, numero 69, “Ordinamento della professione di giornalista”, sotto la voce “diritti e doveri”, così recita: “È diritto insopprimibile dei giornalisti la libertà di informazione e di critica, limitata dall’osservanza delle norme di

legge dettate a tutela della personalità altrui ed è loro obbligo inderogabile il rispetto della verità sostanziale dei fatti, osserva sempre i doveri imposti dalla lealtà e dalla buona fede”.

Mentre la Risoluzione del Consiglio d'Europa, numero 1003, dell'1 settembre 1993 relativa all'Etica del Giornalismo, alla voce “Situazioni di conflitto ed ipotesi di tutela speciale”, afferma: “La società vive talvolta situazioni di conflitto e tensione originate dalla pressione di fattori quali terrorismo, discriminazione di minoranze, xenofobia o guerra. In tali circostanze, i mezzi di comunicazione sociale hanno l'obbligo morale di difendere i valori della democrazia: rispetto della dignità umana e ricerca di soluzioni con metodi pacifici e in uno spirito di tolleranza. Essi devono, di conseguenza, opporsi alla violenza e al linguaggio odioso e intollerante, rifiutando ogni discriminazione basata sulla cultura, sul sesso o la religione”.

La “Carta dei Doveri del Giornalista”, dell'8 luglio 1993, stipulata tra Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti e Federazione Nazionale della Stampa Italiana, nel capitolo sui principi afferma che “il giornalista ha il dovere fondamentale di rispettare la persona, la sua dignità e il suo diritto alla riservatezza e non discrimina mai nessuno per la sua razza, religione, sesso, condizioni fisiche o mentali, opinioni politiche”. La Carta dei Doveri del Giornalista conclude affermando che “il giornalista si impegna comunque ad usare il massimo rispetto nei confronti dei soggetti di cronaca che per ragioni sociali, economiche o culturali hanno minori strumenti di autotutela”.

Il Codice di deontologia relativo al trattamento dei dati personali nell'esercizio dell'attività giornalistica (ai sensi della legge 675/1996), emanato il 29 luglio 1998, all'articolo 9 sulla “tutela del diritto alla non discriminazione” così recita: “Nell'esercitare il diritto-dovere di cronaca, il giornalista è tenuto a rispettare i diritti della persona alla non discriminazione per razza, religione, opinioni politiche, sesso, condizioni personali, fisiche o mentali”. Un obbligo, questo, che un “giornalismo interculturale” pone come uno dei pilastri del proprio operare.

Nel trattare della “sinergia interculturale”, Garcea (1996, p.195) spiega che le relazioni interculturali – nel combinare i contributi che provengono da culture diverse per realizzare un unico scopo – rappresentano un processo dinamico; coinvolgono diverse visioni del mondo, spesso opposte tra di loro; implicano atteggiamenti di empatia e di sensibilità; richiedono l'abilità di saper interpretare i segnali degli altri; coinvolgono pro-

cessi di adattamento e di apprendimento; comportano azioni combinate e collaborazione, che producono un risultato totale maggiore della somma dei singoli risultati; si prefiggono di trovare una soluzione integrata; presuppongono la comprensione della controparte per essere funzionali; non rappresentano un compromesso, dal momento che non prevedono una perdita o rinuncia di forze attive.

Gli obiettivi della formazione e dell'educazione interculturale si pongono quindi di suscitare una reale motivazione ad incontrare persone di culture diverse. Sono gli stessi obiettivi a cui deve tendere un giornalismo che voglia porsi da ponte, da "mediatore informativo" fra una realtà multiculturale e lettori/ascoltatori che hanno necessità di imparare gli strumenti per capire quella realtà e con essa interagire. "Tra i numerosi benefici della sinergia interculturale", conclude Garcea (1996, p.196), "si devono considerare i principali cambiamenti nel modo di pensare, nei sentimenti e nei comportamenti. Il modo di pensare può acquisire una maggiore comprensione degli stranieri, una diminuzione dell'uso di stereotipi negativi, uno sviluppo di una concezione più complessa delle altre culture, una maggiore attenzione agli eventi mondiali, insieme a una maggiore conoscenza della propria cultura".

Del Giornalismo interculturale – rispetto a un approccio "multiculturale" – possiamo dire quanto Garcea (1996, p.198) afferma della comunicazione interculturale: "L'obiettivo della comunicazione interculturale è raddoppiato rispetto a quelle società multiculturali. Infatti, mentre il multiculturalismo rappresenta la compresenza e il rispetto dell'esistenza di una molteplicità di culture, l'interculturalismo va oltre l'atteggiamento multiculturale e si propone l'elaborazione di una storia comune, che si aggiunge alla storia personale e della cultura specifica di ognuno".

4. Il Giornalismo interculturale: le esperienze di studio e di ricerca all'estero

In ambito internazionale è cresciuto negli anni il numero di studiosi – sovente giornalisti impegnati anche come docenti universitari – che si occupano di "Giornalismo interculturale". Il padre dell'*Intercultural Journalism* è Kenneth Starck, giornalista e docente di Giornalismo interculturale e Comunicazione

internazionale all'Università dello Iowa, che ha segnato un vero e proprio atto di fondazione dell'Intercultural Journalism con il breve saggio "The case for Intercultural Journalism", pubblicato dall'*Australian Journalism Review* (1994, volume 16, pp.11-24). Starck ha avuto il merito di sensibilizzare i giornalisti su quanto la cultura possa influenzare il loro lavoro.

La natura pubblica del giornalismo, sostiene Starck, rappresenta il terreno d'incontro per molte altre discipline: certamente l'Educazione interculturale e la Pedagogia possono arricchire il Giornalismo interculturale, così come molte idee possono essere offerte dall'Antropologia. I corsi di Intercultural Journalism di Starck, come ci ha spiegato lui stesso, hanno tre obiettivi: sviluppare ed estendere le abilità e competenze legate all'attività di raccolta e di stesura delle notizie (reporting and writing skills); formare le abilità critiche dei futuri giornalisti ed espandere gli orizzonti interculturali degli stessi. Il corso cerca di raggiungere questi obiettivi mettendo a fuoco l'attività giornalistica su una precisa area di interesse riferita ai resoconti sulle questioni interculturali, con una forte sollecitazione verso le abilità di ricerca e di dialogo e di scoperta interculturale nei più diversi campi. Il corso di Starck viene condotto come un workshop, con letture, discussioni, assegnazioni di incarichi di tipo giornalistico e condivisione di esperienze e di ricerche sulla raccolta delle notizie, la tecnica di scrittura, la pianificazione e l'analisi di temi che hanno a che fare con la diversità culturale. Dove per cultura, precisa Starck, s'intende in modo generale la "way of life", ovvero lo stile, il modo di vivere.

El Periodismo intercultural. In ambito europeo, in Spagna opera Estrella Israel Garzon che con i suoi studi, la sua attività di insegnamento alla Universidad Cardinal Herrera di Valencia e il suo lavoro di giornalista, si occupa di "Periodismo Intercultural". Israel Garzon (2001, p.163) sottolinea la necessità del Giornalismo interculturale nella misura in cui noi viviamo in una società pluralistica: "Su necesidad es evidente en la medida en que nos encontramos y vivimos en sociedades multiculturales o pluriculturales". Comunicare la diversità, osserva Israel Garzon, è un processo complesso, perché richiede soprattutto la volontà di interagire con gli altri e di superare i pregiudizi e gli stereotipi. Oltre alle variabili più evidenti ed esplicite legate alla diversità (colore della pelle, linguaggio), ad influire sul processo comunicativo tra persone di differente cultura vi è tutto il mondo della comunicazione non verbale, fino alle nozioni di

spazio e di tempo che mutano al variare delle situazioni culturali. È importante, allora, conoscere le variabili concettuali che interagiscono nel processo comunicativo, come ad esempio l'esperienza che possono avere in comune l'emittente e il ricevente di un certo messaggio. Un terzo aspetto è quello dei "rumori interculturali" ("ruidos interculturales"), che si manifestano in distorsioni, in temi e connotazioni negative quando non coincidono con la cultura dominante di chi comunica; così come possono prodursi a causa del disconoscimento dell'Altro o per ragioni legate alla situazione.

L'etichettatura del "diverso" – per classe, genere, condizione psicologica o sociale – può influire in modo considerevole nel "rumore interculturale", che non consente di ascoltare e di comprendere in modo adeguato quanto l'Altro diverso da noi dice e fa. Nello spiegare il concetto di "rumori interculturali" – interferenze nei processi di comunicazione – riferiti ai mezzi di comunicazione di massa, Israel Garzon (2001, p.164) distingue due livelli: un livello "macro", che appartiene alla struttura internazionale della comunicazione; e un livello "micro", che abbraccia la rappresentazione che i media danno dell'Altro, dei diversi.

Israel Garzon (2001, *ivi*) fa notare che "en el ejercicio periodístico, los ruidos interculturales aparecen con mayor frecuencia en dos áreas: la conceptualización-nominación-denominación de los diferentes y la tematización, con campos de asociación como desviación y negatividad". Come si è visto trattando dei risultati delle ricerche sull'immagine dell'immigrazione nei media italiani, l'etichettatura della diversità, la tematizzazione dell'Altro diverso e l'associare lo "straniero" alla devianza e all'insicurezza portano a fornire un quadro informativo intessuto di fraintendimenti, pregiudizi, stereotipi, errori (tutti "rumori interculturali", per usare la felice espressione della giornalista e studiosa spagnola).

Vi sono poi ulteriori aspetti, che Israel Garzon evidenzia. Uno di questi è il considerare il contesto entro cui avviene la produzione massmediale sui soggetti di differente cultura, sui gruppi minoritari, ma oltre al contesto anche la stesura e la composizione dei testi, i protagonisti e le fonti che compaiono nel racconto giornalistico. Senza contare poi gli effetti di spettacolarizzazione e di drammatizzazione dell'informazione che producono i resoconti delle forze dell'ordine.

“El periodismo intercultural es una necesidad de las sociedades que pretenden vivir en un modelo democrático participativo, en el que aparezca como valor la interculturalidad”, osserva Israel Garzon (2001, p.165) che arriva a formulare due proposte o, meglio, due “necessità”: che nei codici di stile e di comportamento delle redazioni vi sia compreso in maniera concreta il codice deontologico condiviso dei giornalisti con riguardo al trattamento informativo dei gruppi minoritari, dei “diversi” (lo straniero, la donna, il gay, il tossicodipendente, il povero e via dicendo); che nei curricula dei corsi universitari di Scienze della Comunicazione vi siano contenuti che portino a riflettere sull’interculturalismo e su un “periodismo” sensibile al pluralismo e ad una società multiculturale.

Quello di Israel Garzon è insomma un impegno per trovare formule utili a promuovere il Giornalismo interculturale, che rappresenta una scommessa, una sfida per la nascita di un giornalismo di qualità in un mondo complesso ed articolato, in cui l’interculturalità come modello, come guida, si configura quale necessità impellente. Comunicare la differenza è un’operazione complicata, soprattutto perché richiede una particolare disponibilità all’interazione e il superamento di pregiudizi e stereotipi. Per questi motivi emerge la necessità di introdurre una chiave di lettura interculturale nel giornalismo, perché l’apertura è d’obbligo per arrivare a comprendere le basi culturali degli altri popoli e per non creare un’atmosfera rigida che rinforzi e trasmetta stereotipi e luoghi comuni. In particolar modo, i mezzi di comunicazione devono evitare l’elaborazione di immagini non veritiere, offensive o inappropriate nei confronti delle altre culture: la comunicazione interculturale può aiutare a contribuire alla creazione di un’atmosfera promotrice di cooperazione e comprensione verso l’Altro.

C’è bisogno di una comunicazione che possieda caratteristiche particolari, quali la sensibilità verso le differenze culturali, il rispetto per il diverso, la tolleranza nei confronti di scelte o comportamenti che si discostano da quello che si considera “normale” o “giusto”, flessibilità e disponibilità al cambiamento, caratteristiche che le permettano di realizzare tale funzione. Che la nostra sia una realtà multiculturale, è un dato di fatto, un punto di partenza; il passo successivo da fare è favorire ed applicare la logica interculturale e capire che la differenza non è una minaccia, ma un talento da usare, una risorsa, perché anche solo conoscere le “culture altre” è un atto di comunicazione.

Il giornalista americano Stephen Magagnini, vincitore di molti premi giornalistici per i suoi articoli sui gruppi etnici e docente alla prestigiosa Columbia School of Journalism di New York, ha stilato una serie di “massime” da seguire per evitare “le solite trappole dei media” quando si scrive misurandosi con la “diversità” etnica e culturale.

Un giornalismo attento alla diversità culturale. Ecco alcuni consigli di Magagnini, tratti da una traduzione di Paolo Dal Ben, giornalista professionista del quotidiano *L’Arena* e docente a contratto all’Università degli Studi di Verona: a) ricorda, devi fare un lungo viaggio, le storie significative si presentano da sole, nell’*ascolto della gente*. – b) *tratta la gente* nel modo in cui tu vuoi essere trattato: *come individui e con rispetto*. Chiedi alle persone come vogliono essere descritte. – c) *non generalizzare* quando parli di gruppi etnici. – d) racconta sempre la storia attraverso le *voci della gente* che appartiene al gruppo di cui parli. Assicurati sempre che sia rappresentata la maggior parte dei punti di vista. – e) controlla sempre che *le tue fonti siano credibili e affidabili*. Le fonti tendono ad essere molto più candide e sicure di sé nel proprio gruppo di appartenenza; nessuno così li accuserà di razzismo e bigottismo. – f) lascia che i tuoi interlocutori, le tue fonti, ricoprano il ruolo del tuo capo al giornale. Io chiedo spesso a loro: se tu scrivessi questo articolo o storia riguardo a..., quale sarebbe il titolo? Chi è d’accordo con te? A chi non piaci? O cosa veramente ti dà fastidio riguardo al modo in cui i rappresentanti del tuo gruppo etnico sono stati descritti dai media? Quali aspetti e storie su di voi ti piacerebbe leggere? – g) *sii consapevole delle differenze culturali*. – h) spesso ci sono diversi punti di vista all’interno dei uno stesso gruppo etnico. *Assicurati di aver sentito diversi pareri*. – i) *immergiti nella cultura*. Partecipa ai loro usi e costumi. – l) vai ai loro incontri per creare contatti, ma *non permettere che gli eventi influenzino troppo il tuo modo di scrivere* l’articolo. Spesso in passato si mettevano due diverse etnie in un unico articolo che riguardava una simile celebrazione. No, ora le differenze vanno sottolineate. – m) *sii attivo, non re-attivo*. Racconta cioè storie che portino dentro un contesto e un retroterra prima di tutto. – n) *cerca di evitare due trappole* in cui spesso cadono i media: “le minoranze della settimana”. Scrivere cioè sulle minoranze etniche giusto perché hai una rubrica fissa e bisogna farlo; o scrivere su particolari gruppi etnici solo quando c’è un problema (violenza nei quartieri). Certamente quelle sono notizie da dare ma devo-

no avere un contesto e devono essere accompagnate da altri articoli in cui si evidenziano anche altri aspetti di quel quartiere o di quella comunità etnica. – o) se tu non puoi risolvere il problema, non crearne altri di più gravi. Non fare mai un *servizio su un tema delicato e controverso* a meno che tu non abbia le cause del problema e una possibile soluzione. – p) *servizi o storie contestuali* e a sfondo storico fanno molto bene. Lo scopo è duplice: educare i lettori sui diversi gruppi etnici, perché sono qui, qual è l'origine dei loro problemi, e scrivere per i gruppi etnici in modo tale che abbiano una percezione viva della loro storia.

I consigli del giornalista americano Magagnino non sono acquisibili e praticabili solo con la ragione ma anche con il cuore, con l'anima. Avere un'ottima padronanza della lingua italiana, e conoscere le regole della professione giornalistica e comunicativa, sono infatti condizioni necessarie ma non sufficienti per praticare del buon giornalismo, della buona comunicazione o del buon digital marketing.

5. Il Giornalismo interculturale: un diverso orizzonte per i media

Il giornale è un mezzo per mettere in relazione il lettore con il contesto entro cui vive e con il flusso di comunicazione che percorre una società pluralistica e complessa. Il lettore necessita di una chiave interpretativa di quanto gli accade vicino, nella comunità di appartenenza, ma anche di quanto succede lontano da lui e su di lui ha un riflesso diretto sul piano pratico (economico, sociale, esistenziale) e/o su quello simbolico.

Per far fronte a quest'esigenza, Barbano (2003, pp.68-70) presenta tre osservazioni: a) la notizia esiste in funzione dei bisogni di una comunità, per cui occorre sostituire i criteri di notiziabilità di un tempo con la relazione di scambio che si instaura tra l'identità di un giornale e le domande dei suoi lettori, con un continuo affinamento delle competenze professionali dei giornalisti e un continuo esercizio della dialettica redazionale; b) va rispettato il contesto dal quale la notizia viene estratta, quel fascio di relazioni, di codici semantici, di riferimenti morali ed estetici che prima di arrivare alla dimensione mediatica sono ancora strutturalmente tutt'uno con il fatto, questo per evitare che un fatto isolato in modo acritico dal suo contesto divenga

un qualcosa di molto diverso grazie al rimbalzo mediale fra questo e quell'altro giornale, radio, Tv che lo fanno vivere di vita propria spettacolarizzandolo, gonfiandolo, drammatizzandolo e porgendolo al lettore come qualcosa di reale e di vero mentre della rappresentazione della realtà non ha più nulla, ma ne è semmai la caricatura; c) la dimensione del "quotidiano" va ripensata con un ribaltamento temporale dell'agenda redazionale del giornale, di modo che i fatti facciano parte delle cronache giornalistiche solo se hanno la capacità di proiettarsi nel presente e nel futuro di una società, questo non per rinunciare al passato e alla storia, ma per ancorarli alla memoria della comunità a cui il quotidiano parla e al progetto professionale che rappresenta il contratto attraverso cui si regola il rapporto tra i media e i lettori.

Barbano (2003, p.70), nel proporre una "rivoluzione culturale" nelle redazioni, richiama la necessità di una revisione organizzativa dei media: uno svecchiamento delle redazioni, la parcellizzazione del lavoro in piccoli gruppi e, soprattutto, la frantumazione della vecchia agenda-setting in un progetto di idee affluenti dal contatto diretto dei giornalisti con la società che rappresentano. Loporcaro (2005, p.197), dopo aver analizzato la "retorica senza lumi" del giornalismo italiano che trova radici e sostentamento nel predominio della Tv sull'informazione nel nostro Paese, suggerisce di smetterla con la confusione fra notizie e fiction, con i toni lacrimevoli delle interviste televisive, di bandire i "pianisti da studio" che suonano la musica scritta dai potenti e di vietare l'impiego del gergo della delinquenza nei servizi del Tg.

Dei telegiornali, Loporcaro (2005, p.146) denuncia la "miscela esplosiva" data dalla convergenza fra due strategie: l'immedesimazione fra narratore (il giornalista) e spettatore, attraverso l'uso del "noi" nella confezione dei servizi giornalistici; e l'immedesimazione fra narratore e oggetto della narrazione (i fatti), rinunciando ad una presa di distanza che garantirebbe il telespettatore da un'acritica adesione ai fatti. Il telegiornale, scrive Loporcaro, "si fa interno ai differenti oggetti del mondo di cui discorre mostrando con ciò che l'atteggiamento e il giudizio che prescrive è in realtà quello di non avere nessun atteggiamento e nessun giudizio. Nessun giudizio, almeno, che non sia già dato a priori, che vada elaborato, di fronte all'oggetto-notizia, in base ad una qualsivoglia prospettiva, poiché quest'ultima richiederebbe una distanza che il Tg programmaticamente

elimina. Il mondo è così (come il Tg lo mostra) e così dev'essere". Manca, quindi, un'azione critica del giornalista, una presa di distanza dai fatti che – nel caso di personaggi di un certo grado – è anche presa di distanza dal potere politico ed economico.

Vogliamo qui ricordare il “percorso di comprensione interculturale” in chiave pedagogica che propone Santerini (2003, pp.92 e segg.). Proprio per il ruolo dei mass media nella costruzione di una convivenza duratura e pacifica, è utile richiamare i momenti fondamentali della relazione interculturale, vista in un'ottica massmediale. Il primo momento indicato da Santerini è l'educare all'ospitalità, intesa come apertura dei propri luoghi e per far spazio all'Altro, scoprendo la differenza e rispettando la libertà e la diversità altrui, senza trasformarlo in nemico. È quanto la stampa può fare, ad esempio, con un linguaggio che non sia escludente verso i migranti e le persone di religione e cultura diverse dall'autoctona.

Il secondo momento è l'imparare l'arte dell'interpretazione e della traduzione, uscendo dal proprio etnocentrismo, attraverso un decentramento che porta a scoprire la dimensione individuale e soggettiva di ogni cultura. È così che i mass media possono cambiare l'attuale registro narrativo e rappresentativo che li vede rappresentare i migranti come “massa grigia e indistinta” e i soggetti solo nel quadro della loro nazionalità o appartenenza religiosa (“i marocchini”, “gli islamici”). In questo modo si comprende l'estraneo e lo straniero, riducendo le differenze senza annullarle ma riportandole alla coscienza di una comune condizione umana. È di questo, del resto, che il pubblico ha bisogno e che chiede ai mass media: comprendere, capire l'estraneità e verificare che cosa vi è in comune.

Infine, Santerini parla – come ultimo momento – dell'educazione al riconoscimento, “attraverso la capacità di comunicare, di dialogare, di scambiare significati, accettando di confermare l'esistenza e l'importanza dell'Altro” (2003, p.94). I mass media – va sottolineato da parte nostra – possono contribuire a creare quello “spazio pubblico in cui dialogare e in cui realizzare l'integrazione sociale”. Si lascia così l'illusione etnocentrica e l'arroganza, come invita a fare Santerini (2003, p.95), e si formano il cuore e la mente alla comprensione.

Da parte sua Portera (in Grant-Portera, 2011, p.13) ci ricorda le difficoltà che ci pone la vita in un contesto multiculturale, caratterizzato da globalizzazione, complessità e cambiamenti economici epocali. Portera ci ricorda come l'educazione inter-

culturale – di cui abbiamo visto in questo testo le caratteristiche – possa essere uno strumento formidabile. Allargandosi al ruolo educante e formativo che i media svolgono, sulle nuove e vecchie generazioni, possiamo pensare a un giornalismo e una comunicazione che facciano da “ponte” fra le persone di differenti cultura. Giornalismo e comunicazione possono creare relazioni, far conoscere situazioni, tradizioni, storie di vita, contribuire ad allacciare confronti e utili contaminazioni. Questo ruolo lo svolgono non sono nella popolazione autoctona, ma anche nei confronti dei cittadini stranieri (i “migranti”) che possono così sentirsi parte della comunità in cui vivono, proprio grazie ai media che li rappresentano e in cui si possono riconoscere. Del resto, la storia del giornalismo (si veda Bergamini, 2013) è una storia soprattutto del ruolo di “rappresentanza” che i media hanno avuto rispetto alle comunità e ai gruppi sociali.

Giornalismo e diversità culturale. Un giornalismo che voglia essere attento alla diversità culturale raccoglie la sfida educativa e – anziché presentare il fenomeno immigrazione con toni negativi, caratterizzandolo come invasione, emergenza, minaccia – cerca di cogliere, di comprendere e di presentare le opportunità, i vantaggi, gli arricchimenti che derivano dalla situazione multiculturale. Una situazione che, si è più volte ripetuto, non va però intesa come pacifica convivenza da “condominio multiculturale” (Portera, 1999, p.216). La posizione interculturale non è di accettazione acritica della diversità. Portera sottolinea, infatti, la necessità di “iniziare un comune percorso improntato non tanto all’accettazione ed al rispetto di stampo universalistico – purtroppo spesso sfociato nell’utopica esortazione del ‘vogliamooci tutti bene’ o ‘accettiamo tutti e tutto’ – bensì sulla possibilità di individuare i reali punti di differenza e di conflitto; imparando a gestire questi ultimi in maniera non violenta” (2002, pp.57-58). L’incontro con la diversità presuppone quindi che vengano resi stabili valori, interessi, limiti, regole e norme che dovranno essere condivisi da tutti, affinché venga rispettata la persona umana. I riferimenti necessari sono dunque quelli ai valori e alle regole, come spiega Portera (2002, pp.215-216) quando parla di *educazione interculturale come educazione alla legalità*.

Le persone manifestano il bisogno di sentirsi parte attiva della comunità in cui vivono, necessitano di regole chiare e condivise e di limiti affidabili su cui potersi orientare. In tal modo sarà possibile prevenire non solo il disagio e la criminali-

tà, ma anche aumentare il rispetto e la pace fra gli esseri umani. Saranno così incrementati l'accettazione, il riconoscimento, la comprensione profonda per la diversità e si porranno i presupposti per l'interazione, lo scambio, il dialogo non giudicante, il confronto paritetico fra persone provenienti da culture diverse. Questo comporta un giornalismo che fa informazione, che seleziona, elabora e presenta gli avvenimenti avendo come presupposti i valori, individuati da Essinger (in Secco, 1999: p.9), dell'*empatia* (per capire le persone portatrici di differenti culture, senza stereotipi e pregiudizi); della *solidarietà* (per formare una società più rispettosa della dignità della persona umana); del *rispetto interculturale*; del *superamento del pensiero nazionalistico* con le sue chiusure, fobie e deviazioni.

Il Giornalismo interculturale è anche disponibilità alla ricerca e al cambiamento in modo da offrire a lettori assetati di conoscenza le basi per capire la nuova realtà e per interagire con essa. Esso punta all'approfondimento, alla ricerca, all'indagine, al dibattito civile, alla promozione culturale per offrire una rappresentazione del fenomeno immigrazione e dei suoi protagonisti libera da generalizzazioni, stereotipi, pregiudizi e che eviti così ogni forma di discriminazione. Il giornalista interculturale deve dare prova di preparazione professionale e di responsabilità civile, sviluppando attenzione e consapevolezza per il contesto multiculturale in cui si trova a lavorare; considerando la differenza come un bene da tutelare e mettendo in atto un'autentica comprensione di fenomeni, problemi, persone, popoli appartenenti a culture diverse dalla propria.

Si tratta di una professionalità consapevole e rispettosa della diversità etnica; di una professionalità che comprende sia competenze tecniche, sia conoscenze specifiche e inoltre una particolare impostazione mentale aperta al dialogo, al confronto, allo scambio. È così che i mass media possono indirizzare in modo positivo, costruttivo e creativo, opinioni e sentimenti dei lettori verso l'"Altro", il "Diverso" e favorire un processo di conoscenza, integrazione e arricchimento reciproco fra persone portatrici di usi, costumi, lingue, tradizioni, religioni e valori differenti.

Succede invece che "le notizie riguardanti immigrati e immigrazione molto raramente occupano i 'piani alti' delle redazioni, ma sono trattati senza grande approfondimento o particolare attenzione, non solo da parte della gerarchia redazionale, ma dagli stessi cronisti. Si tratta in sostanza di comportamenti

abituale di fronte a notizie ordinarie” (Binotto, 2004, p.166). Passa anche attraverso queste scelte organizzative una forma di giornalismo escludente, incapace di comprendere, di spiegare e al contempo incomprensibile e disorientante rispetto al pubblico. È attraverso questo tipo di stampa che comincia l’esclusione sociale, la ghettizzazione, sino a forme di razzismo strisciante.

L’informazione è invece la risorsa basilare per assicurare a ciascuno una prima forma di inclusione sociale. Essa può essere considerata il primo elemento di cittadinanza. Soprattutto per i cittadini immigrati, spiega Gabellieri (2003, pp.262-263), “i media possono essere da un lato una risposta al disorientamento, al bisogno di informazioni, alla perdita di senso di identità e attaccamento alla terra d’origine, e dall’altro possono costituire una risorsa per il bisogno/desiderio di integrazione che passa dal coinvolgimento nella comunità locale, dall’apprendimento della lingua e dello stile di vita degli ospitanti”.

I mezzi di comunicazione di massa, grazie alla loro pervasiva presenza nella odierna società globalizzata e al loro ruolo di “scuola parallela”, assumono un’importanza fondamentale nell’attuale contesto pluriculturale e multietnico, in quanto possono sia favorire l’inserimento dei cittadini immigrati, sia educare i cittadini autoctoni a dialogare e a comprendere le culture “altre”. Ecco che il Giornalismo interculturale si impegna a valorizzare la presenza immigrata come risorsa per la società di accoglienza, favorendo la conoscenza, l’accettazione reciproca, l’integrazione e lo scambio fra culture diverse: obiettivi raggiungibili se si seguono i principi fondanti e le indicazioni della Pedagogia interculturale; se si acquisisce un nuovo atteggiamento culturale basato sul rispetto, sull’accoglienza, sul dialogo. Non dobbiamo dimenticare, poi, che in mass media aperti all’interculturalità i cittadini di origine straniera possono trovare una forma positiva di rispecchiamento; una ragione in più per amare la nuova Patria dove vivono, per sentirsene parte attiva e costruttiva.

Vi è, inoltre, un aspetto di giustizia sociale nell’azione del Giornalismo interculturale. Nobre Correia (2005, p.469) afferma che ci avviamo verso una società duale anche in campo massmediale: da una parte la grande maggioranza della popolazione che fruirà di mass media gratuiti, fornitori di emozione e intrattenimento senza informazione aggiornata e di spessore su quanto accade nel mondo; dall’altra parte un’élite in grado di pagare per avere un’informazione che fornisca gli strumenti per

affrontare le difficoltà della vita e per conservare una posizione di privilegio nella società. Solo un giornalismo “diverso”, che non si rassegni alla profezia della sua “morte annunciata” (Nobre Correia, 2005, pp.459 e segg.), può lavorare per una società che non sia così ingiusta; e può affermare di non volersi arrendere alla discriminazione, allo sfruttamento, all’imbonimento ai danni di chi non ha potere economico e politico per alzare la voce e pretendere condizioni di vita e di comunicazione democratici ed eguali per tutti.

Visione critica del mestiere di giornalista (ma anche del mestiere di comunicatore, di autore di fiction e prodotti multimediali), rigore professionale, uso riflessivo della tecnica giornalistica, rispetto dei codici deontologici e sensibilità umana: sono questi i pilastri del Giornalismo interculturale e della Comunicazione interculturale nei media. Su questo fronte si gioca la battaglia per avere professionisti dell’informazione e della comunicazione – già in servizio o in procinto di entrarvi – capaci di cogliere le sfide di una società pluralistica, complessa, multiculturale e multireligiosa. Già dalle aule universitarie, come rileva anche Lind (2003, p.72), può realizzarsi un insegnamento che porta i giovani a vedere i media sotto una luce interamente diversa. Mentre Kellner (2003, p.10) sottolinea che i “cultural studies” forniscono gli strumenti per leggere e interpretare in modo critico la cultura di ciascuno.

Il riuscire a suscitare il dubbio fra le certezze stereotipate e pregiudiziali dei media; l’innescare una visione critica dell’organizzazione giornalistica e dei riti redazionali; il porre il problema dei temi trattati e del linguaggio impiegato; il sensibilizzare i giornalisti “deskizzati” sulle conseguenze della superficializzazione, della spettacolarizzazione e della drammatizzazione dell’informazione: tutto questo è già un passo deciso verso il Giornalismo interculturale. Non va dimenticato, infatti, che la velocizzazione delle notizie, l’exasperazione della pratica della “routinizzazione dell’imprevisto” propria di taluni giornali, la deskizzazione, l’azione di tematizzazione possono farsi alibi e strumenti per una deliberata manipolazione dell’informazione. Una manipolazione che getta inquietanti interrogativi sull’autonomia dei giornalisti, sull’indipendenza dei mass media e – a cascata – sulla qualità democratica della società italiana. È un’utopia tutto quando abbiamo sin qui proposto, muovendo dalle basi teoriche della Pedagogia? Se la risposta è positiva, non è una risposta che ci inquieti. Perché (Frabboni-Pinto Minerva, 2005,

p.18) “l’utopia è, insieme alla scienza, una dimensione costitutiva del discorso pedagogico”.

6. Il Giornalismo interculturale e le sollecitazioni del “Redattore Sociale”

Il seminario del Redattore Sociale, organizzato ogni anno a dicembre a Capodarco di Fermo (Ascoli Piceno) dall’omonima agenzia giornalistica quotidiana, è una fucina di sollecitazioni per la ragione e per l’anima, nella direzione di un giornalismo attento a chi non ha voce, a chi non ha potere contrattuale sul piano economico e sociale. È un richiamo forte per i giornalisti e per chi fa comunicazione; ma è anche un’occasione di arricchimento personale: fare giornalismo, fare comunicazione (digitale e non) è una professione che non mette solo in campo risorse cognitive, ma anche sentimenti e passioni. Rimandiamo al sito www.redattoresociale.it per la lettura dei tanti documenti che compongono gli atti dei convegni, dal 1994 ad oggi. Nel sito è possibile iscriversi all’agenzia del Redattore Sociale – diretta da Stefano Transatti e presieduta da Vinicio Albanesi – che propone una diversa “agenda degli avvenimenti”, dove i protagonisti sono le fasce più deboli della società. Materiali per i giornalisti e i comunicatori, con gli atti dei convegni, sono rintracciabili con dovizia di documenti anche multimediali nel portale: www.giornalisti.redattoresociale.it.

Quello del Redattore Sociale è un modo diverso di fare giornalismo; è una “scuola di giornalismo” quanto mai opportuna, sia per i professionisti dei media che per i giovani interessati al mestiere di giornalista e/o a quello della comunicazione in genere. Qui ci limitiamo, per ragioni di spazio, a riportare solo alcune riflessioni che sono di grande utilità nella pratica professionale

Ci interessa mettere in luce alcune affermazioni di Vinicio Albanesi, in occasione dei vari seminari del Redattore Sociale, che andrebbero scolpite come pietre nel cuore di ogni giornalista, comunicatore o “digital strategist”. “Occorre capacità di lettura, di comprensione e di descrizione. È quanto si richiede ad ogni comunicatore, nel rispetto delle storie e nella profondità del valore della vita: si esige una specie di *sacralità nei confronti delle persone*, l’unica che può impedire sbavature, sciacallaggi, superficialità e mercato”. “Di fronte ai grandi problemi

del mondo, anche il mondo della comunicazione sembra aver imboccato la strada dell'evasione. Quotidiani e telegiornali hanno assunto contenuti del non pensare, del dettaglio, dell'inutilità. Non è possibile rimanere inerti, servitori dei pochi privilegiati che ancora sembrano non avere problemi, abbeverando fantasie e mondi che non esistono, ma che permettono di sbarcare il lunario dell'evasione. Sappiamo di agire controcorrente, ma è necessario farlo. Se si aiuta chi sta male, si aiutano tutti, anche coloro che attualmente non stanno nelle periferie del mondo. Nell'Occidente si sta saldando un patto scellerato tra pochissimi ricchi e alcuni loro servitori. La comunicazione scritta e televisiva sta rischiando questo patto”.

“Occorre molto rispetto della vita per essere seri professionisti”, sottolinea poi Albanesi. “Ciò che vi proponiamo è un'occasione seria, ma anche pacata e senza ansie, per conoscere mondi che difficilmente arriverebbero in modo corretto sulle pagine dei giornali o della Tv. La giovane età e la sensibilità di molti di voi ci fa ben sperare. Conosciamo bene le obiezioni dei direttori e degli editori che vi pressano e vi presseranno per soluzioni non dignitose. La dignità va fatta rispettare anche pagando di persona. Il nostro investimento è sulla vostra coscienza di persone ragionevoli e soprattutto generose. Sappiamo che non saremo delusi”.

“La privacy delle persone marginali è ‘ad libitum’ del comunicatore”, sottolinea Albanesi. “Può essere rispettata, rispettata in parte, semplicemente ignorata; egli potrà ‘dire, non dire, dire troppo’. I modi, le sfumature, le giustificazioni per ognuna di queste circostanze è pressoché infinita, non sprovvista da veri e presunti buoni motivi (...). Il rispetto della privacy è un dovere morale semplicemente. Coinvolge l'arte del comunicare con l'onestà di essere rispettosi dell'Altro. Le circostanze, le occasioni, i modi si articolano nella realtà senza possibilità di leggi e regolamenti che reggono. Ci sarà sempre un ‘buon motivo’ per infrangere questa regola. La cosa più brutta – né fatelo mai – è invocare il diritto di cronaca. Quel diritto oggi è offeso, manipolato, stravolto, mercanteggiato, venduto, comprato a seconda delle circostanze, dei personaggi e delle risorse”.

“Siamo arrivati ‘alla frutta’ di una società che si dice democratica, onesta, trasparente: apparteniamo a un popolo con una cultura interessata, furbesca, imbrogliosa, mendace, affaristica”, denuncia Albanesi. “In questa società si può essere tranquillamente tutto e il contrario di tutto, come vestiti da indossa-

re o scarpe da calzare. Le regole del gioco sono, di volta in volta, ignorate, spostate, fatte di nuovo, ripescate, in una lotta senza quartiere tra chi ha e vuole avere e chi non ha e gli viene tolto il poco. Il mondo del giornalismo appartiene al mondo dei potenti: a volte a rimorchio, a volte a trazione. L'appello che vi rivolgiamo è diretto alla vostra coscienza: un puro appello etico, proporzionato alla coscienza di cui ciascuno si sarà dotato”.

“Dò un'indicazione generale di come è possibile rispettare la privacy”, spiega Albanesi. “Quando vi trovate di fronte un fatto delicato (non necessariamente di cronaca nera), abbiate presente la sofferenza della persona, della famiglia, della città. Quella sofferenza vi porterà al rispetto, anche se siete chiamati a descrivere i fatti; vi farà scegliere stile e parole adeguate, anche se avreste una grande scelta di sinonimi, utilizzerete alcune espressioni invece di altre, perché non vorrete far male. Per essere sicuri dovete però guardare alla nudità della persona, come se fosse senza sesso, senza famiglia, senza riferimenti culturali e spaziali. Una specie di assoluto di fronte al quale la sacralità è infinita. Solo così vi sottrarrete agli influssi razziali, angosciosi, prevenuti che vi spingono a offendere, non rispettare, suscitare il prurito dei lettori. Tutto ciò vi porterà fuori mercato? Quale mercato, di quale azienda, di quale economia? Scegliete pure tra l'essere comunicatori con coscienza e personalità o semplicemente pezzi di mercato ‘comprati e venduti’”.

7. Il Giornalismo interculturale: la Carta di Roma

Come ricorda Grossi (2004, p.20), “nel settore giornalistico non mancano codici di condotta e dichiarazioni di doveri. Le regole fondamentali ribadite da ciascun codice sono: l'importanza del rispetto della verità, della buona fede e dell'imparzialità; il dovere di rettifica, il diritto al segreto professionale; il dovere del controllo delle fonti e della presunzione d'innocenza, l'importanza di separare il fatto dall'opinione, di tener distinta la notizia dalla pubblicità; e infine il rispetto per la dignità umana, per i minori, per la sfera privata dei cittadini, per persone di convinzioni ideologiche o religiose diverse. A questo possiamo aggiungere la precisazione del rispetto per la “diversità culturale”.

Va detto che molti sono i vademecum e i consigli redatti da organizzazioni italiane e straniere, utili per indirizzare il lavoro

di giornalisti e comunicatori. In bibliografia e sitografia indichiamo alcune fonti interessanti che possono essere consultate. Vogliamo qui riprendere i punti fondamentali della Carta di Roma – per il ruolo che sta esercitando nella professione giornalistica in Italia – il protocollo deontologico concernente richiedenti asilo, rifugiati, vittime della tratta e migranti (si veda il sito Web www.odg.it sotto la voce “leggi e norme/deontologia”, oppure www.cartadiroma.org), sottoscritto nel giugno 2008 dall’Ordine Nazionale dei Giornalisti, dalla Federazione Nazionale della Stampa, condividendo le preoccupazioni del Commissariato delle Nazioni Unite per i rifugiati (Unhcr).

La Carta di Roma si richiama innanzi tutto ai dettati deontologici presenti nella Carta dei Doveri del giornalista (1993), con particolare riguardo al dovere fondamentale di rispettare la persona e la sua dignità e di non discriminare nessuno per la razza (meglio sarebbe dire “etnia”, *nda*), la religione, il sesso, le condizioni fisiche e mentali e le opinioni politiche; si richiama ai principi contenuti nelle norme nazionali e internazionali sul tema; e riconferma la particolare tutela nei confronti dei minori così come stabilito dalla Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti dell’infanzia e dai dettati deontologici della Carta di Treviso (1990) e del *Vademecum* aggiuntivo (2006).

La Carta di Roma contiene quindi un invito ai giornalisti (e, per estensione, possiamo invitare anche i comunicatori e i “digital strategist”) ad osservare la massima *attenzione nel trattamento delle informazioni* concernenti i richiedenti asilo, i rifugiati, le vittime della tratta e i migranti nel territorio della Repubblica italiana ed altrove. In particolare, si invitano giornalisti e comunicatori: a) ad *adottare termini giuridicamente appropriati* sempre al fine di restituire al lettore ed all’utente la massima aderenza alla realtà dei fatti, evitando l’uso di termini impropri; b) ad *evitare la diffusione di informazioni imprecise, sommarie o distorte* riguardo a richiedenti asilo, rifugiati, vittime della tratta e migranti; c) a portare *l’attenzione sul danno che può essere arrecato da comportamenti superficiali e non corretti*, che possano suscitare allarmi ingiustificati, anche attraverso improprie associazioni di notizie, alle persone oggetto di notizia e servizio; e di riflesso alla credibilità della intera categoria dei giornalisti; d) a *tutelare i richiedenti asilo, i rifugiati, le vittime della tratta ed i migranti che scelgono di parlare* con i giornalisti, adottando quelle accortezze in merito all’identità ed all’immagine che non consentano l’identificazione della persona, on-

de evitare di esporla a ritorsioni contro la stessa e i familiari, tanto da parte di autorità del paese di origine, che di entità non statali o di organizzazioni criminali. Inoltre, va tenuto presente che chi proviene da contesti socioculturali diversi, nei quali il ruolo dei mezzi di informazione è limitato e circoscritto, può non conoscere le dinamiche mediatiche e non essere quindi in grado di valutare tutte le conseguenze dell'esposizione attraverso i media; d) ad *interpellare*, quando ciò sia possibile, *esperti ed organizzazioni specializzate* in materia, per poter fornire al pubblico l'informazione in un contesto chiaro e completo, che guardi anche alle cause dei fenomeni.

Nella Carta di Roma vi è poi l'impegno – divenuto realtà negli anni seguenti alla sottoscrizione del protocollo deontologico – a formare i giornalisti e ad avviare studi e ricerche universitarie sulla rappresentazione nei media di richiedenti asilo, rifugiati, vittime della tratta e migranti. Alle ricerche universitarie partecipa anche ProsMedia (www.prosmedia.org), come si è visto dalle ricerche illustrate in precedenza. La Carta di Roma è poi arricchita da un glossario, utile guida per l'uso di una terminologia corretta e rispettosa. Ecco di seguito il glossario.

Un *richiedente asilo* è colui che è fuori dal proprio paese e presenta, in un altro stato, domanda di asilo per il riconoscimento dello status di rifugiato in base alla Convenzione di Ginevra sui rifugiati del 1951, o per ottenere altre forme di protezione internazionale. Fino al momento della decisione finale da parte delle autorità competenti, egli è un richiedente asilo ed ha diritto di soggiorno regolare nel paese di destinazione. Il richiedente asilo non è quindi assimilabile al migrante irregolare, anche se può giungere nel paese d'asilo senza documenti d'identità o in maniera irregolare, attraverso i cosiddetti 'flussi migratori misti', composti, cioè, sia da migranti irregolari che da potenziali rifugiati.

Un *rifugiato* è colui al quale è stato riconosciuto lo status di rifugiato in base alla Convenzione di Ginevra del 1951 sui rifugiati, alla quale l'Italia ha aderito insieme ad altri 143 Paesi. Nell'articolo 1 della Convenzione il rifugiato viene definito come una persona che: 'temendo a ragione di essere perseguitato per motivi di razza, religione, nazionalità, appartenenza a un determinato gruppo sociale od opinioni politiche, si trova fuori del paese di cui ha la cittadinanza, e non può o non vuole, a causa di tale timore, avvalersi della protezione di tale paese'. Lo

status di rifugiato viene riconosciuto a chi può dimostrare una persecuzione individuale.

Un *beneficiario di protezione umanitaria* è colui che – pur non rientrando nella definizione di ‘rifugiato’ ai sensi della Convenzione del 1951 poiché non sussiste una persecuzione individuale – necessita comunque di una forma di protezione in quanto, in caso di rimpatrio nel paese di origine, sarebbe in serio pericolo a causa di conflitti armati, violenze generalizzate e/o massicce violazioni dei diritti umani. In base alle direttive europee questo tipo di protezione viene definita ‘sussidiaria’. La maggior parte delle persone che sono riconosciute bisognose di protezione in Italia (oltre l’80% nel 2007) riceve un permesso di soggiorno per motivi umanitari anziché lo status di rifugiato.

Una *vittima della tratta* è una persona che, a differenza dei migranti irregolari che si affidano di propria volontà ai trafficanti, non ha mai acconsentito ad essere condotta in un altro paese o, se lo ha fatto, l’aver dato il proprio consenso è stato reso nullo dalle azioni coercitive e/o ingannevoli dei trafficanti o dai maltrattamenti praticati o minacciati ai danni della vittima. Scopo della tratta è ottenere il controllo su di un’altra persona ai fini dello sfruttamento. Per “sfruttamento” s’intendono lo sfruttamento della prostituzione o altre forme di sfruttamento sessuale, il lavoro forzato, la schiavitù o pratiche analoghe, l’asservimento o il prelievo degli organi.

Un *migrante/immigrato* è colui che sceglie di lasciare volontariamente il proprio paese d’origine per cercare un lavoro e migliori condizioni economiche altrove. Contrariamente al rifugiato può far ritorno a casa in condizioni di sicurezza.

Un *migrante irregolare*, comunemente – ma erroneamente – definito come “clandestino”, è colui che a) ha fatto ingresso eludendo i controlli di frontiera; b) è entrato regolarmente nel paese di destinazione, ad esempio con un visto turistico, e vi è rimasto dopo la scadenza del visto d’ingresso (diventando un cosiddetto ‘overstayer’); oppure c) non ha lasciato il territorio del paese di destinazione a seguito di un provvedimento di allontanamento.

L’Associazione per la Carta di Roma – che riunisce organizzazioni e associazioni – ha poi pubblicato le “linee guida”, pratiche e utili, per fare giornalismo e comunicazione nel rispetto della Carta di Roma (www.cartadiroma.org).

CAPITOLO VI

GIORNALISMO INTERCULTURALE E COMUNICAZIONE: LA PRATICA PROFESSIONALE

SOMMARIO: 1. Il Giornalismo interculturale: le azioni pratiche – 2. Il Giornalismo interculturale nel lavoro in redazione e nel lavoro sul campo – 3. Riflessioni sulle azioni pratiche per un Giornalismo interculturale

*Le antiche carte dei corsari portano un segno misterioso,
ne parlan piano i marinai con un timor superstizioso.
Nessuno sa se c'è davvero od è un pensiero;
se a volte il vento ne ha il profumo,
è come il fumo che non prendi mai.*

F. Guccini, L'isola non trovata, 1970

1. Il Giornalismo interculturale: le azioni pratiche

Abbiamo delineato nelle scorse pagine il quadro entro cui si muove il giornalismo italiano quando si deve misurare con la diversità culturale. Abbiamo anche tracciato le linee teoriche dell'approccio interculturale; abbiamo fornito alcune indicazioni su come modificare l'approccio culturale dei media alla diversità: abbiamo insomma posto le basi teoriche e i riferimenti etici essenziali (la saggistica in questo ambito è sterminata) del Giornalismo interculturale e della Comunicazione interculturale attraverso i media. Fatto questo, non resta che passare a un esame delle azioni pratiche. Una volta che il giornalista entra nella redazione (o ne esce) per raccontare la società pluralistica in cui viviamo, a quali "indicazioni pratiche" deve rifarsi? Come deve, in sostanza, lavorare? Lungi da noi l'idea di pensare che basti un vademecum – o un cassetto degli attrezzi – per fare migliore il giornalismo italiano (o la comunicazione) là dove si

occupa di immigrazione e di diversità culturale; per farlo diventare “interculturale”.

La domanda – che spesso giunge dai colleghi giornalisti e dagli studenti universitari dei corsi di giornalismo, su tecniche e comportamenti conseguenti alla teoria pedagogico-interculturale – non può però essere elusa. Come mettono in evidenza Dominici-Panarese (2004, pp.149 e segg.), la questione deontologica non si presenta in astratto, ma in situazioni storiche e sociali concrete. Essi richiamano pertanto le indicazioni e gli obiettivi di una serie di “carte deontologiche” per gli operatori dell’informazione che si occupano di immigrazione: rifiuto degli stereotipi; approfondita conoscenza dei fenomeni migratori; evitare di confinare l’immigrazione nella cronaca nera; denuncia degli atti di discriminazione e di razzismo; allargamento degli spazi dell’inchiesta sociale per mostrare come i problemi vissuti dai cittadini stranieri siano comuni a quelli di molti cittadini italiani; favorire l’accesso dei migranti ai mezzi di informazione (come fruitori e come operatori); astensione da giudizi non provati; evitare linguaggi e titolazioni che danno giudizi sommari e che generano discriminazione verso l’Altro, il “diverso”.

Da parte nostra, vogliamo qui disegnare le sei “azioni pratiche” e i comportamenti più adeguati per cambiare il modo di fare giornalismo (e comunicazione) nella direzione del Giornalismo interculturale e della Comunicazione interculturale attraverso i media.

Prima azione: cambio nelle routines giornalistiche. Come rileva Wolf (1998, p.183), la “distorsione involontaria” nella comprensione di alcuni fatti e nella loro traduzione in racconto e in notizia di tipo giornalistico dipende dalle routines redazionali, dalle pratiche professionali. La distorsione è insomma legata al modo in cui i giornalisti lavorano: “al modo in cui è organizzato, istituzionalizzato e svolto il mestiere di giornalista”. Il giornalismo che voglia essere “interculturale” dovrà, allora, cambiare le proprie routines. Sappiamo che si tratta di un’affermazione forte, impopolare fra molti giornalisti e nel sistema dei mass media; specie in un periodo in cui i giornali online, i notiziari sui telefoni cellulari e i canali “all news” portano a una scarnificazione dell’informazione. L’aggiornamento continuo, spasmodico, delle notizie si accompagna infatti ad un’azione di “superficializzazione” delle stesse.

Un tempo, l'arrivo di una notizia d'agenzia sul tavolo di un giornalista aveva la funzione di segnalazione di un evento, di racconto dello stesso in tutte le sue sfaccettature, di costituzione di un piccolo patrimonio di conoscenze da approfondire (se ne valeva la pena) e da trasferire – mediato dalla professionalità, dalla cultura e dalle conoscenze del giornalista – al lettore, all'ascoltatore e al telespettatore. I processi di “newsgathering” e di “newsmaking” (Wolf, 1998) passavano attraverso il filtro del giornalista, garante della veridicità, della fondatezza, della completezza, del rigore dell'informazione. L'errore, la “bufala” (una notizia falsa data per vera) dovevano essere l'eccezione.

Oggi, la velocizzazione dell'informazione e l'aumento della massa di notizie che si riversano sul computer (sulla scrivania virtuale) del giornalista, si accompagnano ad una “fretta routinaria” che è diventata cronica e si è spalmata su tutto il lavoro di redazione. Un tempo le accelerazioni nel lavoro, tipiche della professione giornalistica, erano proprie di alcune situazioni e di alcuni momenti del processo produttivo redazionale; oggi i media e i giornalisti vivono in una perenne accelerazione. L'accelerazione, la fretta routinaria sono causa ed effetto della mancanza di un filtro efficace fra le fonti delle notizie e i lettori: la funzione di mediazione del giornalista si riduce sempre più. Se poi vi aggiungiamo i social network e l'informazione veicolata dai social media, le possibilità di veder messa in circolo una notizia non vera (o esagerata e travisata) aumentano in maniera esponenziale.

Tutto questo porta a una migliore efficacia comunicativa? Migliora il prodotto editoriale? Soddisfa le richieste di informazione e di conoscenza che hanno i fruitori dell'informazione? La risposta è negativa. La velocizzazione dell'informazione, la rincorsa all'aggiornamento spasmodico, la superficializzazione informativa che ne consegue sono funzionali soltanto agli interessi economici dei gruppi editoriali. I giornalisti, in questo panorama, rischiano di perdere la loro identità, la loro professionalità di mediatori dell'informazione, e di trasformarsi in strumenti di produzione, in lavoratori alla catena di montaggio della fabbrica massmediale. Dopo aver introdotto sempre più mansioni “tipografiche” nel proprio quotidiano lavoro – con funzioni che un tempo erano dei tipografi e dei correttori di bozze – i giornalisti si stanno facendo spesso parte attiva del processo di semplificazione, superficializzazione, omologazione e monetizzazione dell'informazione.

Se non possono essere buoni mediatori dell'informazione, i giornalisti – neppure i più sensibili – non possono certo pensare di essere “mediatori interculturali”, specie in situazioni in cui l'ingresso della “diversità culturale” nell'informazione e nella comunicazione massmediale si fa sentire in seguito alla presenza nella società italiana di milioni di cittadini e cittadine di origine straniera. Si tratta di cittadini e cittadine che vivono, lavorano, pagano le imposte in Italia e che fanno parte della “popolazione attiva” della nazione. Ebbene, rifacendoci a Wolf (1998, p.183) possiamo affermare che l'immagine della realtà sociale dell'Italia multiculturale potrà cambiare ed essere più aderente alle richieste di conoscenza del pubblico solo se cambierà (anche) l'organizzazione e la produzione routiniera degli apparati giornalistici.

Come cambiare le routines giornalistiche e redazionali? Con una migliore programmazione del lavoro; con una maggiore consapevolezza civile del ruolo dei giornalisti; con la coscienza della responsabilità che compete agli operatori dell'informazione e della comunicazione. Routines produttive, valori condivisi e interiorizzati circa le modalità di svolgere il mestiere di giornalista: sono alcuni fra gli elementi su cui occorre intervenire per un Giornalismo interculturale. Non vi sono ragioni né economiche, né professionali, né culturali che giustifichino le derive – fatte di spettacolarizzazione e di drammatizzazione, di deskizzazione e di tematizzazione, di superficializzazione e di seguitazione mediale – verso le quali è scivolato il giornalismo italiano.

L'insoddisfazione del pubblico verso i media – i quali non sanno fornire gli strumenti informativi e di conoscenza del fenomeno immigrazione e delle sue conseguenze sulla società italiana – è la dimostrazione della necessità di cambiare il modo di fare informazione. Gli stessi dati sulla diffusione dei giornali quotidiani in Italia rivelano quanto alto sia il rischio di disaffezione dei lettori rispetto alla stampa. Stanno ancora peggio i periodici e le riviste settimanali, che risultano in calo di lettura verticale. La causa non è riconducibile soltanto alla crisi economica, che ha portato a ridurre le vendite in edicola e le inserzioni pubblicitarie; come non è riconducibile solo al digitale, con lo spostamento di fette di lettori online e sui social network. Vi è un problema di ridefinizione del ruolo e dei contenuti dei giornali che non può essere eluso: essi sono chiamati a fornire ai lettori quegli approfondimenti, quell'informazione “cer-

tificata”, quella contestualizzazione degli eventi e quella interpretazione dei fatti che il solo Web non può sempre dare.

Non vi sono buone e serie ragioni economiche o culturali per difendere un modello di giornalismo e una routine redazionale che non producono i risultati richiesti dai lettori. I giornalisti sono allora chiamati a fare uno sforzo per superare posizioni di “inerzia e cinismo” e per tentare un nuovo approccio nella copertura giornalistica della diversità culturale (Kelley-Mills, 2003, p.20). Non solo in Italia, ma anche negli Stati Uniti, vi è un preciso richiamo ad una stampa responsabile, attenta alle esigenze della comunità, che abbandoni gossip, falsità, spettacolarizzazione e sacrifichi gli egoismi individuali per lavorare alla costruzione di un’armonia sociale (si veda Merrill, 2002, pp.17-32).

Va poi rilevato che al fenomeno della “deskizzazione” e dell’enfasi maggiore sui processi di selezione (gatekeeping) rispetto al processo di raccolta (newsgathering), segnalato da più studiosi (si veda anche Cerase, 2004, p.178), si accompagna un sempre maggiore impiego di giornalisti freelance, come dimostra l’impegno della Fnsi (il sindacato dei giornalisti italiani) per tutelare questa parte di operatori dell’informazione non garantiti dai contratti collettivi nazionali di lavoro. I giornalisti freelance, spesso costretti a lavorare in condizioni di grave precarietà, sono impiegati nelle più diverse mansioni e sulle più disparate tematiche. Il mix deskizzazione-precarizzazione e preparazione interculturale dei freelance (senza nulla togliere alla professionalità giornalistica di molti di questi ultimi) crea le condizioni per routines redazionali e massmediali connotate dalla presenza di stereotipi e di pregiudizi nei confronti della diversità culturale ed etnica; e pone le condizioni per una maggiore dipendenza informativa, cognitiva e interpretativa dalle fonti (istituzioni governative, forze dell’ordine, magistratura). Viene insomma a mancare l’azione di filtro, di mediazione, che rappresenta uno degli impegni più significativi della professione giornalistica.

Garnham (1979), citato in Reese (1994, p.237), nota che “lo stadio attuale dell’industrializzazione della cultura è caratterizzato dall’inasprirsi della lotta per l’aumento della produttività. (...) Le industrie dei media diventano soltanto un altro centro di profitto e si conformano sempre più strettamente alla cultura cooperativa dell’apparentamento. Fra gli altri esempi si possono citare i licenziamenti, sempre molto pubblicizzati, che hanno

colpito il personale di molti network e la progressiva cancellazione delle linee di divisione fra la sezione che si occupa dell'informazione e quella degli affari all'interno di molti quotidiani e di molte stazioni televisive. (...) Integrandosi all'interno di una più ampia struttura corporativa, le compagnie che gestiscono i media perdono qualsiasi indipendenza nei rapporti con gli altri centri di potere che fanno parte di quella stessa struttura. (...) Secondo Domhoff i media rivestono certamente un ruolo complesso all'interno della sottile rete dei rapporti che modellano le opinioni, ma, di fatto, non costituiscono altro che uno dei tanti punti di diffusione dell'influenza delle classi dominanti. Tuttavia, egli considera i media organicamente inseparabili dalle élite, e, in quanto tali, per nulla autonomi. Naturalmente, i conflitti fra le élite vengono combattuti attraverso la stampa, ma i media sono per essere strumenti piuttosto che avversari o antagonisti”.

Fra i media e le altre istituzioni esiste una convergenza di interessi e una coordinazione. Le più importanti aziende dei media sono infatti quelle che presentano i legami più stretti con i centri di potere. E i media di maggior prestigio possono sì assumere in certe occasioni un tono di critica e di contrapposizione, “ma la loro azione rimane su un piano correttivo e non volto ad esprimere il proprio punto di vista, in quanto l'interesse a lungo termine che li muove è quello di preservare il sistema capitalistico” (Reese, 1994, p.238).

Tutto questo ha un riflesso sulle routines giornalistiche e redazionali, che risentono dell'influsso dei meccanismi di potere. Ecco che se i mass media non si fanno interculturali e restano chiusi a difendere (presunti) interessi delle élite, allora dovremo aspettarci uno scontro fra i media, uno scontro che avverrà nel momento in cui le minoranze etniche avranno la forza per realizzare propri giornali, emittenti radio e tv, siti Web capaci di contrastare la stampa autoctona. Resterà allora da vedere se si andrà alla contrapposizione, oppure se si realizzeranno intese e simbiosi fra nuove e vecchie élite politiche, economiche e finanziarie. Il Giornalismo interculturale osserva tutto questo, lo registra, si pone con attenzione nei confronti di quanto accade a livello di assetti editoriali. Non si schiera comunque con questa o quella élite; e non è neppure un “giornalismo per stranieri”, perché considera questo tipo di giornalismo una formula (anchorché praticata da alcuni) da superare in un approccio intercul-

turale; così come la Pedagogia interculturale ha superato la “Pedagogia per stranieri”.

L'azione sulle routines, sulla cultura professionale dei giornalisti, sulla mentalità giornalistica e sulle pratiche redazionali deve avere anche un altro obiettivo: lo svincolare i mass media dal controllo di “poteri esterni”, più o meno forti. I rischi di uno scontro economico e culturale sono enormi. Se tutti i gruppi etnici presenti nella nostra società dovessero creare propri piccoli potentati economici; se ai potentati economici si dovessero collegare altrettanti poteri massmediali andremmo ad uno scontro mediale e culturale dagli effetti dirompenti. Vi sarebbe un'etnicizzazione dei conflitti economici e una strumentalizzazione dell'informazione a fini di potere.

Compito del Giornalismo interculturale è invece quello di rispettare le identità, le culture; di non abdicare a quelle identità e a quelle culture, lavorando per il dialogo e il reciproco arricchimento. Vi è una precisa responsabilità del giornalismo in una società multiculturale: ed è quella di favorire, da un lato, l'inserimento nella comunità dei cittadini di origine straniera; e di fornire ai soggetti autoctoni, dall'altro, gli strumenti per capire e per interagire con la “diversità”. Il cittadino di origine straniera che legge il giornale, scorre il sito Web, visita i social media o guarda la Tv deve potersi riconoscere, deve potersi rispecchiare in modo positivo; e non sentirsi “sbagliato”, “fuori luogo” (per riprendere il titolo dello studio di Binotto-Martino), discriminato, criminalizzato oppure ignorato. Il cittadino autoctono ha da parte sua il diritto di comprendere la nuova società, fattasi pluralistica e sempre più complessa; ha il diritto di vedersi alleviare l'ansia da “mondo sconosciuto” che ci assale quando ci troviamo a vivere qualcosa di non usuale, di misterioso. In questo senso, il Giornalismo interculturale possiamo interpretarlo anche come un “mediatore interculturale” in senso lato, come un facilitatore di incontri, di dialogo, di empatia.

Seconda azione: agenda dei media e approccio interculturale. Il giornalismo è costruzione di senso ed è selezione, dato che “l'attività di selezione è la caratteristica ineliminabile di ogni atto comunicativo” (Sorrentino, 2002, p.17). La selezione viene fatta dai giornalisti che nell'attività redazionale mettono in campo la loro cultura, la loro formazione, gli effetti delle loro reti relazionali, l'ambiente lavorativo entro cui vivono. Studiosi e giornalisti hanno spiegato quali sono le caratteristiche della notiziabilità, in quali condizioni e perché un fatto può diventare

una notizia (si vedano Lepri, 1991, Wolf, 1998, e Papuzzi, 2003): dalle caratteristiche della notiziabilità discendono i criteri con cui vengono costruite le agende dei mass media, i temi che sono portati in evidenza e trasmessi ai lettori e ai telespettatori.

Le fonti – dalle agenzie di stampa alle istituzioni – recitano un ruolo importante nel dettare l’agenda degli avvenimenti. L’agenzia di informazioni Ansa, ad esempio, ha un forte potere di agenda sui giornali, le radio, le Tv e i notiziari Web: per la sua autorevolezza, per la copertura dell’informazione che assicura, consente alle testate giornalistiche notevoli economie nel reperimento e nella selezione delle notizie; e nello stesso tempo possiede un potere considerevole sui giornalisti ai quali indica i temi rilevanti del giorno. Possiamo affermare che i soggetti e i fatti esclusi dai notiziari di un’agenzia di informazioni come l’Ansa hanno scarsa o nulla possibilità di catturare l’attenzione dei mass media, almeno nella parte di notiziario nazionale. Tant’è che l’atteggiamento dell’Ansa verso i migranti lo troviamo replicato dagli altri media.

Dalle numerose ricerche sull’immagine dell’immigrazione nei media italiani emerge come “non faccia notizia” la cultura dei cittadini di origine straniera; come non interessi ascoltare la loro voce; come la nazionalità (“romeno”, “albanese”, “marocchino”) diventi talvolta l’unico “valore notizia” grazie al quale un fatto, proprio perché commesso da una persona di differente cultura, finisce sulle pagine dei giornali. Il medesimo fatto, commesso da un cittadino italiano, non avrebbe un valore di notiziabilità. Possiamo affermare che gli stessi fatti criminosi ai danni delle donne, le violenze (stupri, tentati omicidi, assassini) su mogli e fidanzate sono presentati in modo diverso dai giornali a seconda della nazionalità dell’autore di quei fatti e di quelle violenze.

“Uccide la moglie per gelosia”, “Rapisce la fidanzata per amore”, “Massacra l’amante che lo tradiva”: sono alcuni dei titoli che possiamo – purtroppo non di rado – leggere sui quotidiani quando l’autore è un cittadino italiano. Si tratta di titoli che, nel presentare il fatto criminoso, danno già una giustificazione, impongono al lettore una presunta “attenuante” (la gelosia, l’amore, il tradimento) nel momento stesso in cui informano sull’accaduto, sul delitto. Lo stesso trattamento giustificativo non lo riscontriamo invece nei casi in cui gli autori sono di origine straniera. Capita, anzi, che i nomi di cittadini stranieri arre-

stati per reati minori siano pubblicati sul giornale (con corredo di foto); mentre i nomi di criminali italiani compaiono con le sole iniziali o non compaiono affatto. Esempio, a questo proposito, un caso di pedofilia e di turismo sessuale – con anche lo spaccio di droga – accaduto a Verona alcuni anni fa, con protagonista un noto imprenditore della città. Il nome del pedofilo, il quale riuscì a patteggiare una pena che la successiva legge anti-pedofilia del 2006 non consente più di patteggiare, venne taciuto sino alla fine e la notizia ebbe un rilievo inferiore a quello di un qualsiasi caso di furto in appartamento da parte, ad esempio, di persone Rom.

Ma entriamo nel merito dell'agenda dei media, attraverso l'analisi della teoria dell'agenda setting – illustrata più sopra in questo libro – come viene spiegata nella raccolta di saggi di alcuni studiosi (Bentivegna, 1994). La data di nascita ufficiale dell'ipotesi dell'agenda setting viene individuata nel 1972, allorché McCombs e Shaw pubblicarono il loro articolo “The Agenda-Setting Function of Mass Media”. Nell'ambito della definizione comunemente accettata dell'agenda-setting, ricorda Bentivegna (2002, p.22), si dà per acquisita un'identica influenza dei media rispetto a tutti i temi. Viene però dimenticato che l'influenza dei media sui livelli di conoscenza del pubblico varia a seconda dei temi trattati. Le possibilità di esperienze dirette di temi e problemi riduce di molto il potere di agenda dei media mentre, al contrario, esso viene enfatizzato quando i soggetti non possono avere un'esperienza diretta. La variabile della centralità, intesa come caratterizzazione di un tema rilevante ma difficilmente esperibile dai soggetti, riveste quindi il ruolo di uno dei principali fattori di mediazione della funzione di agenda-setting.

Bentivegna (1994, p.21) osserva come per Shaw, uno dei padri della teoria dell'agenda-setting, l'evento sia un “accadimento discreto, limitato nello spazio e nel tempo; il tema, invece, consiste in un'ampia e continua copertura di eventi o serie di eventi. Una posizione analoga viene assunta da Reese (1991), il quale sostiene che un evento è un accadimento discreto, mentre un tema ricomprende eventi diversi, talvolta anche separati nello spazio e nel tempo, tenuti insieme da un filo conduttore. (...) L'evento è collocabile ed è riferibile ad uno specifico soggetto, ad una specifica situazione o, in altri termini, ad una dinamica di accadimento (‘qualcosa è accaduto’); l'issue (il tema) non è collocabile in termini spazio-temporali con altrettanta precisio-

ne, né è riferibile ad uno specifico soggetto o ad una dinamica di accadimento. Essa consente di dare unità ad una pluralità di eventi, altrimenti dispersi nel fiume delle notizie quotidiane, in conseguenza dell'adozione di una chiave interpretativa".

Il tema dell'immigrazione, presentata spesso sotto l'etichetta della "emergenza immigrazione", viene creato dai mass media italiani accostando, mescolando, incastrando come in un puzzle eventi specifici che vanno poi a formare un clima informativo dove "emergenza sbarchi di clandestini" e fatti di illegalità sono inquadrati in una stessa cornice. In quella cornice trovano spazio altre notizie (altri eventi) e/o storie di vita che hanno come protagonisti cittadini e cittadine immigrati. Ancora una volta, immigrazione (irregolare) e legalità sono accostate e si promuove l'idea di un rapporto di causa-effetto fra numero di sbarchi di cittadini stranieri irregolari e numero di reati, nonostante le ricerche sulla criminalità non dimostrino che a maggiori sbarchi corrisponda maggiore insicurezza e aumento della criminalità. Siamo in presenza di quell'operazione che porta alla creazione del fenomeno dell'induzione semantica (Corte, 2002) e dell'aggiunta di senso (Wolf, 1998).

Il giornalista interculturale – con fatica, applicazione, sensibilità e cura – s'impegna per non cadere in simili trappole disseminate sulla strada del "newsmaking", della procedura di valutazione, selezione e presentazione delle notizie. Per fare questo, il giornalista interculturale deve assumere un diverso atteggiamento mentale, deve dotarsi di una diversa cultura professionale, ma deve anche approfondire una maggior cura del lavoro redazionale; con effetti benefici sull'autorevolezza della stessa testata giornalistica, sia essa radiofonica, televisiva, su Web o su carta stampata. Non si tratta di fare del giornalismo di stampo "buonista", paladino per partito preso dei presunti perseguitati, delle minoranze, delle persone emarginate. L'impegno del Giornalismo interculturale è lo stesso della Pedagogia interculturale: il porre al centro del discorso l'uomo, la persona, nel suo valore ontologico.

Il Giornalismo interculturale ama la verità, la completezza dell'informazione, l'approfondimento. Non si ferma alla superficie, ma scava, registra, verifica fonti e notizie, scheda gli eventi e li presenta – entro il formato del notiziario – secondo le regole deontologiche della competenza e della buona fede. Il giornalismo interculturale ha a cuore anche il rispetto delle regole, l'educazione alla legalità, il valore della civile e pacifica

convivenza, del dialogo, dell'attenzione alle fasce più deboli, della verità. Esso non arretra di fronte alla denuncia dell'illegalità, sia questa opera di un cittadino autoctono o di un cittadino immigrato. Un criminale è un criminale; un delitto è un delitto; un processo è un processo; e una condanna per un reato è una condanna: non vi sono sconti, né censure quando – sempre nel rispetto dei diritti della persona e dell'imputato e/o del condannato – si tratta di riferire un certo fatto di cronaca nera o di cronaca giudiziaria. Come ricorda Portera (1997, p.215) l'educazione alla legalità è uno dei temi fondamentali dell'educazione interculturale. Va detto anche che nella condanna di alcuni fenomeni vi sono modi opportuni e parole rispettose da utilizzare, per evitare la criminalizzazione del “diverso”: il rischio, infatti, è che l'illegalità, il pericolo sociale, la criminalità stiano da una parte soltanto.

Approfondendo il tema dell'agenda setting, Bentivegna (1994, p.25) spiega come alcuni studiosi sostengano che l'effetto di agenda è più forte su quegli individui i quali hanno partecipato a conversazioni intorno ad argomenti presenti nei media. Altri studiosi affermano che l'agenda di un individuo può non essere influenzata dall'agenda dei media allorché vi è una bassa credibilità del sistema dei media; oppure un'evidenza contrastante tra l'esperienza personale e le informazioni offerte dai media sulla rilevanza di un tema; oppure se vi è una netta differenziazione tra i valori notizia propri dell'individuo e quelli presenti nei mass media. Si può sostenere, osserva Bentivegna (1994), che il pubblico accoglie o rifiuta i temi presenti nell'agenda dei media in coerenza con quegli interessi e predisposizioni che governano la stessa esposizione ai media. In un momento di incertezza e in presenza di temi meritevoli di attenzione, gli individui avvertiranno un “bisogno di orientamento” che li porterà ad esporsi ai media e quindi ad accettarne l'agenda proposta.

Per quanto riguarda il tema che qui ci interessa – il Giornalismo interculturale – cogente per i media diventa l'acquisire autorevolezza andando a tematizzare, con rigore documentale e profondità d'inchiesta oltre che con correttezza metodologica, le questioni sulla “diversità culturale e religiosa”, che interessano il pubblico dei lettori e dei telespettatori. Non è sufficiente, in una società complessa e pluralistica, un “giornalismo multiculturale” che presenti le varie culture, che tratti di immigrazione, che dia spazio all'Altro confinandolo in “ghetti mediali”, ancor-

ché ben curati e rispettosi. Il giornalismo che sia interculturale deve rispondere con autorevolezza, precisione documentale, fondatezza conoscitiva ai bisogni di orientamento, agli interessi del pubblico. Solo in questo modo l'immigrazione, la presenza di persone di differente cultura diventeranno un tema che tocca il pubblico da vicino, dando risposta alle sue esigenze informative in un momento di incertezza, di evoluzione sociale e culturale. Solo così sarà accettata un'agenda interculturale dei media.

Osserva Bentivegna (1994, pp. 26-27) che un'altra questione centrale per lo studio del passaggio dei temi dall'agenda dei media a quella del pubblico è costituita dal parametro temporale necessario allo svolgimento dell'intero processo. Pochi ricercatori hanno affrontato il problema relativo alla quantità di tempo richiesta da parte dei media per rendere un tema o un gruppo di temi rilevante per il pubblico dei mass media. Un tema "a soglia alta" necessita di una copertura più lunga rispetto ad un tema a "soglia bassa": da questo punto di vista, quindi, risulta assai difficile individuare un intervallo ottimale valido per tutti i temi. Inoltre, può darsi il caso di un tema che non venga registrato nell'agenda del pubblico perché considerato dagli stessi soggetti come un tema già entrato nella conoscenza diffusa. In questa situazione, non è possibile individuare l'intervallo tra la copertura dei media e il passaggio nell'agenda del pubblico. In generale, tuttavia, l'intervallo ottimale – ovvero il periodo entro il quale si determina l'associazione più forte tra la copertura dei media di un tema e la conoscenza di esso nel pubblico – viene individuato nell'arco di quattro mesi.

Il "parametro temporale" porta quindi a considerare necessaria un'azione costante del Giornalismo interculturale. I temi di una società pluralistica – la presenza di differenti culture, la conoscenza dell'Altro, la gestione dei conflitti, il dialogo interculturale, la convivenza – non possono essere trattati dai media in modo episodico. Occorre una copertura costante di tipo giornalistico (ma anche della fiction televisiva e cinematografica) per leggere a fondo una realtà complessa come quella multiculturale; e per far sì che la "questione interculturale" entri nell'agenda del pubblico.

L'agenda dei media – afferma Bentivegna (1994, pp.37-38) – può essere considerata l'arena dove avviene il confronto e dove si ridefiniscono alcune regole del gioco. Infatti l'agenda dei media, a differenza di quella politica o dell'agenda del pubblico, è coinvolta in una dinamica di interazione continua con le

altre agende. Come viene allora costruita l'agenda dei media? Va detto che i problemi sono in competizione fra loro per catturare l'attenzione del pubblico. A fronte di una molteplicità di problemi, argomenti ed eventi, si colloca un'attenzione per forza limitata da parte del pubblico che provoca una battaglia, non sempre visibile, per l'affermazione di un tema a scapito di un altro. Alla base della costruzione dell'agenda dei media vi è un processo collettivo con un certo grado di reciprocità: il riconoscere il carattere collettivo del processo di costruzione, allora, implica l'introduzione a pari titolo di soggetti diversi, ognuno portatore di specificità ineludibili. "Una lettura possibile del processo che è alla base della costruzione dell'agenda vede giocare un ruolo, sia pure di diverso rilievo, alla realtà esterna, ai rapporti di potere esistenti tra diversi soggetti e, infine, alla logica che governa la selezione delle notizie e la costruzione di un tema nell'ambito dei media" (Bentivegna, 1994, p.38).

La costruzione dell'agenda è vista come il risultato finale di complesse e continue interazioni tra giornalisti ed esponenti politici. La determinazione dei temi presenti in agenda diventa, così, il risultato finale di un confronto/scontro di potere tra sistemi diversi. Un confronto/scontro di potere si verifica inoltre tra gruppi di interesse, esponenti politici e rappresentanti dei media. La costruzione dell'agenda diventa, così, il prodotto finale di un'interazione basata sulla quota di potere posseduta. Il ruolo giocato dalla "Media logic", infine, si manifesta nella selezione autonoma dei temi e nel loro trattamento tramite le regole giornalistiche.

Riferendosi a Lang e Lang (1981), Bentivegna (1994, p.44) enumera i quattro momenti che scandiscono il processo di costruzione dell'agenda dei media, con l'introduzione di un tema in agenda. In un primo momento, i media mettono in risalto alcuni avvenimenti, attività o gruppi (fase della "focalizzazione"). In un secondo momento, i media procedono all'imposizione di un "frame interpretativo", per cui attività o gruppi vengono collegati con problematiche più ampie capaci di rappresentare in maniera più compiuta le preoccupazioni e gli interessi generali dei cittadini. In un terzo momento, avviene una sorta di "linkage" (collegamento) tra l'evento o il tema ed un sistema di simboli, in modo tale che i primi diventino parte del panorama politico conosciuto. È il momento, questo, in cui i media svolgono un ruolo decisivo nell'operazione di connessione di eventi discreti, tanto da arrivare ad offrire una "storia continua". Nell'ul-

tima fase, infine, il tema deve identificarsi con un portavoce che sia in grado di accogliere e dare spazio alle domande provenienti da più parti, ricorrendo in misura significativa all'uso dei media. Ecco che la "personalizzazione del tema" non può avvenire che attraverso il sistema dei media. "La costruzione dell'agenda dei media", sottolinea Bentivegna (1994, p.44), "è certamente il frutto di un processo collettivo che vede un certo grado di reciprocità ma, è altrettanto vero, essa avviene mediante il ricorso alle modalità comunicative proprie del sistema dei media".

Come si deve muovere il Giornalismo interculturale per incidere sulla costruzione dell'agenda dei media? Esso può intervenire nei quattro momenti: nella focalizzazione, affinché sia dato risalto alla questione interculturale; nel frame interpretativo, per evitare che la diversità, la presenza di differenti culture, l'immigrazione, la vicenda della persona immigrata, l'Altro siano collegati soltanto all'illegalità e all'insicurezza; nel linkage, con lo scopo di inquadrare la "differenza culturale" in un sistema sociale e politico caratterizzato dal rispetto dell'Altro e dalla promozione del dialogo fra culture. Il Giornalismo interculturale deve intervenire, inoltre, nella personalizzazione del tema, con lo scopo – attraverso la testimonianza di persone autorevoli in grado di spiegare e interpretare una società pluralistica – di ridurre l'incertezza, l'ansia da diversità, i timori; e di offrire le chiavi di lettura utili a favorire e migliorare la convivenza, a stemperare i contrasti e a gestire i conflitti.

Nell'analizzare le *modalità che governano la costruzione dell'agenda dei media* (Bentivegna, 1994, pp.42-43) è importante occuparsi della logica interna che presiede alle diverse fasi dello sviluppo di un tema. La riflessione sul newsmaking porta a riconoscere l'esistenza di obiettivi, di vincoli e di linguaggi che sono propri del sistema e che precedono l'individuazione di una notizia e la costruzione di un tema. Quali sono i criteri con cui i giornalisti scelgono gli eventi da mettere in pagina online oppure su cui costruire un notiziario radiofonico o televisivo, al di là di quegli eventi che per la loro importanza intrinseca si impongono all'attenzione dei media? "Il supposto interesse del pubblico e la supposta capacità di seguire correttamente la presentazione della story costituiscono senza dubbio alcuni elementi che caratterizzano il riferimento al criterio relativo al pubblico. Nella selezione e nella presentazione della story, viene così a giocare un ruolo rilevante l'interpretazione messa in atto dal giornalista circa i 'gusti' e le capacità interpretative del

pubblico. (...) Nel condurre in porto tale operazione, i giornalisti non fanno altro che mettere in atto procedure apprese mediante anni di socializzazione all'interno delle redazioni giornalistiche. Il secondo criterio che gioca un ruolo rilevante nella costruzione dell'agenda dei media è costituito da quello relativo alla concorrenza. Una testata prestigiosa ha il 'potere' di influenzare le altre testate, indicando temi ed approcci da seguire" (Bentivegna, 1994, p.43).

Superando procedure stereotipate e pregiudiziali, il Giornalismo interculturale evita la spettacolarizzazione, il bozzettismo, la caricatura degli eventi; valuta e soppesa senza enfasi quegli eventi. Data l'influenza dei temi "a svolgimento lento", il Giornalismo interculturale si impegna a "creare il tema" del dialogo fra persone di differente cultura, dell'attenzione alle culture altre, all'Altro come persona, senza indulgere in giudizi errati o in semplificazioni.

L'attenzione del Giornalismo interculturale va poi alla "dieta mediale" del pubblico, specie in una realtà in cui i nuovi media – dai siti Web su Internet, alla Tv in digitale e satellitare, alla fruizione delle notizie sui telefoni cellulari, ai social media – hanno modificato il modo e i canali con cui lettori e ascoltatori acquisiscono le informazioni. Il Giornalismo interculturale deve quindi operare sui vari media e tener conto dell'influenza reciproca che i mezzi di comunicazione esercitano, sia nella scelta di temi ed eventi che nel taglio dato alla presentazione dei contenuti mediali. Da non trascurare soprattutto il fenomeno della "seguitazione mediale", già evidenziato in questo libro, per cui un evento-notizia o un tema lanciato da un giornale o da un notiziario Tv o da un sito Web viene ripreso da altri media e amplificato, creando quindi quel fenomeno di "corrente principale" (mainstream) studiata dai ricercatori della Communication Research.

Nell'affrontare il tema dell'immigrazione e delle "culture altre", la seguitazione mediale ha veicolato spesso pregiudizi, stereotipi, quando non atteggiamenti diffamatori verso l'Altro: atteggiamenti che sono rimbalzati dall'uno all'altro medium, dall'uno all'altro giornale. Ebbene, il Giornalismo interculturale può utilizzare la "dieta mediale" del pubblico (e la "seguitazione mediale" dei media di massa) per presentare eventi-notizia e temi interculturali con modalità diverse da un certo giornalismo insensibile o non preparato a raccontare e testimoniare una società complessa, multietnica e pluralistica come la nostra.

Secondo Reese (1994, pp.214-215) la standardizzazione del contenuto dei media e il loro convergere, di volta in volta, su alcune notizie che assumono presto una maggiore rilevanza, ci porta alla domanda: in che misura le notizie sono in relazione con gli avvenimenti reali? Molti studi hanno messo a confronto la copertura dei media con le sue basi oggettive, giungendo alla conclusione che non esiste fra di esse una corrispondenza precisa. “L’omologazione dell’agenda dei media, il loro affidarsi a poche fonti importanti e la loro convergenza sui temi di maggior rilievo hanno assunto una forma tale da non poter essere sufficientemente spiegati attraverso i semplici fatti reali, e da far pensare che i ruoli principali vengono ricoperti da forze nascoste, che agiscono dietro le quinte” (Reese, 1994, p.216). Va anche detto, sempre con Reese (1994, p.224) che ogni organizzazione non esercita un potere soltanto su coloro che lavorano al suo interno ma anche sulle altre organizzazioni: tuttavia, a sua volta, essa è soggetta ad un potere superiore che la sottomette. Secondo questa prospettiva i giornalisti hanno un potere limitato, in quanto sono vincolati dalla forza della struttura burocratica in cui lavorano; tuttavia, essi, allorché hanno rapporti con elementi esterni all’organizzazione, possono essere considerati come agenti del potere di quest’ultima.

Come spiega Reese (1994, pp.226 e segg), le procedure abituali dell’attività giornalistica rappresentano una sorta di leva cui i centri di potere esterni possono aggrapparsi per influenzare il contenuto delle notizie. È necessario considerare gli operatori dei media come investiti di potere dalle proprie organizzazioni allorché trattano con elementi ad essa esterni e, al contempo, come soggetti al potere che questi elementi esterni esercitano su di loro. Una serie di studiosi ritengono che i media e gli altri sistemi sociali abbiano bisogno gli uni degli altri per il reperimento delle risorse vitali, e che la dipendenza esista nella misura in cui la soddisfazione degli obiettivi di una delle parti è condizionata dalle risorse che sono controllate da un’altra parte. Uno dei modi principali per mostrare il proprio potere è la capacità che ciascun mezzo di comunicazione ha di definire la realtà attraverso i propri articoli o i propri servizi; e attraverso una particolare strutturazione dell’informazione, malgrado gli sforzi delle fonti coinvolte per imporre una realtà differente.

In una società complessa e pluralistica, è importante che il Giornalismo interculturale su questo fronte agisca con determinazione; e che lo faccia sia sul piano individuale sia su quello

organizzativo. Si tratta di un giornalismo che si fa strumento di comprensione della società, di dialogo e di gestione dei conflitti; abbandonando tentazioni protestatarie o azioni di auto-esclusione dall'arena dei media. Solo così il Giornalismo interculturale può diventare un attore importante nell'azione e nei rapporti di potere. È un ruolo, quello esercitato dal Giornalismo interculturale, che non si realizza soltanto sul piano valoriale, sebbene chi scrive sia convinto della fondamentale azione delle coscienze e sulle coscienze. Esso deve agire anche nei confronti del potere diffuso e delle relazioni fra mass media e fonti di informazione.

Va ricordato, a questo proposito, che l'agenda dei media ha una connessione anche con il potere delle fonti. Reese (1994, pp.230 e segg.) rileva che di recente gli studiosi sono diventati più sensibili al potere esercitato dalle fonti sulla determinazione dell'agenda dei media, rifiutando l'ingenua nozione secondo cui quest'ultima sarebbe il punto di incontro delle esigenze più diverse. In particolare, le fonti che appartengono ai livelli più elevati esercitano un potere molto maggiore sull'agenda dei media di quanto non facciano gli individui e i gruppi di interesse pubblico. Quando media potenti incontrano fonti potenti, il risultato è spesso un rapporto simbiotico, caratterizzato da una stretta collaborazione fra le parti, la quale garantisce ad esse il godimento di benefici espliciti e diretti che verrebbero meno qualora tale collaborazione avesse termine. Ciascuna delle due parti ha bisogno dell'altra, e ciascuna fa in modo che la relazione appor- ti benefici a entrambe.

È un fatto che l'agenda dei media è più sensibile all'agenda politica – ed è da questa influenzata – che all'agenda del pubblico. Lo dimostra la scelta delle notizie sull'immigrazione. La voce delle istituzioni pesa (si vedano la ricerca di Corte, 2002, e di ProsMedia sull'Ansa nel capitolo IV) più dei protagonisti dei flussi migratori. La guerra sui media è una guerra fra gruppi di potere, tanto che c'è da chiedersi se la copertura mediale delle notizie su scontri militari in alcune aree del mondo sia frutto di attenzione alla vita umana, o non piuttosto funzionale alle spese militari e agli interventi dei poteri forti e dei governi. Altri interrogativi si pongono all'osservatore attento: per quale motivo i venditori abusivi nei centri storici fanno notizia e trovano spazio sui giornali e in Tv? Perché vi è così tanto interesse per avvenimenti che hanno come protagonisti i cosiddetti "nomadi", che spesso nomadi non sono ma sono stanziali? Vi sono ragioni

oggettive, informative, legate alla funzione mediale della stampa; o l'operazione di newsmaking ha ragioni economiche e politiche esterne?

Un giornalismo che voglia essere interculturale si interroga su questi temi, si rende consapevole di queste dinamiche; attua ogni giorno un'azione "umanamente eversiva" dell'ordine mediale costituito. Un'azione eversiva verso l'amore, verso il rispetto dell'Altro, il dialogo, la comprensione, verso il rifiuto dell'omologazione e dell'offesa alla persona; perché l'educazione interculturale è anche "educazione all'amore" (Portera, 1997, p. 217).

Il giornalista interculturale opera allora su due fronti e lo fa nel medesimo tempo: sul piano personale professa e realizza i valori della Pedagogia interculturale; sul piano professionale si interroga sui meccanismi che legano il potere dei media al potere economico e al potere politico. In questo modo, l'agenda dei media viene smontata dall'interno, sezionata e osservata in modo critico. Ogni scelta viene posta in una luce indagatrice e interrogatrice: quali notizie vanno incontro alle esigenze informative del pubblico? Quali altre sono dettate o influenzate o inquinate dalle pressioni esterne di forze che vogliono condizionare i temi e gli eventi da porre all'attenzione dei lettori e dei telespettatori? Perché vengono accostate notizie, foto e articoli, o servizi televisivi e quale impatto interpretativo e semantico ha tutto questo sul pubblico?

I giornali si occupano, talvolta criminalizzandoli, di individui innocui o relativamente poco pericolosi. Vi è un "accanimento mediale" contro i soggetti deboli – come nel caso dei cittadini immigrati che si rendono protagonisti di taluni episodi – e può succedere che stampa, radio, Tv, siti Web informativi, social network li trasformino in "mostri" a causa della loro diversità. Tanto che risulta più pericoloso e colpevole un pirata della strada con cittadinanza straniera di un pirata della strada italiano. Basti del resto il confronto fra l'enfasi e la criminalizzazione sovente personalizzata dei venditori abusivi, quasi sempre stranieri, che operano nei centri storici e il silenzio sui protagonisti dell'evasione fiscale. Con questo non si vuole negare che l'illegalità debba essere comunque combattuta, dato che l'educazione alla legalità è uno dei valori dell'Educazione interculturale. Si vuole evidenziare l'uso di due pesi e di due misure nei confronti di soggetti che hanno poteri contrattuali diversi: il venditore abusivo su strada e il potente imprenditore evasore

fiscale (il quale, va ricordato, danneggia la stragrande maggioranza di imprese in regola con le imposte). L'accanimento mediale è uno degli errori in cui non deve cadere un giornalista interculturale.

Citando alcuni studiosi, Reese (1994, p.235) mette in rilievo – nell'analisi dell'agenda-setting – come la dipendenza dei giornalisti dei piccoli media dai ritmi delle burocrazie locali (fonti di informazioni) spinga questi cronisti a legittimare il sistema politico vigente, diffondendo idealizzazioni burocratiche del mondo ed eliminando le interpretazioni degli eventi che potrebbero risultare meno gradite alle élite. Le fonti costituiscono poi il traino per molte notizie, con un'operazione di "sovvenzionamento" informativo che esercita una forma di potere sulla produzione delle informazioni. Molte azioni di coloro che si occupano delle pubbliche relazioni influenzano l'agenda dei media perché costoro fanno fronte, parzialmente o interamente, al costo dell'informazione per le organizzazioni dei media. Coloro che dispongono di un grande potere finanziario hanno maggiori possibilità di veder rappresentato il proprio punto di vista all'interno dei media. Inchieste e approfondimenti sono spesso influenzati (Seghetti, 2005, pp.399 e segg.) dagli inserzionisti e da chi ha potere economico sui giornali e sui giornalisti.

L'influenza del potere economico e finanziario sui media si esercita – va evidenziato – anche in altri modi, che hanno riflessi diretti sull'attività redazionale, sulla scelta, la valorizzazione e la presentazione delle notizie entro il formato del giornale o della Tv. È un'influenza di tipo "culturale". Ai vertici delle organizzazioni medialie (le imprese editoriali) vi sono manager che puntano, come loro missione fondamentale, al profitto, alla creazione di utili. Il valore culturale del giornale, dell'impresa editoriale passa in secondo piano. Questo può riflettersi anche nella nomina dei direttori dei giornali: direttori-manager che pensano più ai conti, alle copie vendute (peraltro in calo) e agli spazi pubblicitari ospitati che alla qualità giornalistica e culturale (ancor meno a quella "interculturale") dei giornali. Cosa accade in un quadro siffatto? Che non vengono investite risorse utili al miglioramento qualitativo del prodotto-giornale (nuove tecnologie, formazione, servizi alla redazione, utilizzo di inviati, programmazione di inchieste), tanto da far scaturire il dubbio che le notizie, tranne quelle legate alle fonti importanti, siano solo utili a chiudere gli spazi lasciati liberi dalla pubblicità. Il risultato lo abbiamo dai dati sulla pubblicità e sulla vendita dei giorno-

li in edicola: una discesa verticale a cui contribuisce, per una parte importante, anche la qualità mancata e l'economicismo miope della gestione delle imprese editoriale.

Se stringiamo il campo alla “questione interculturale”, va sottolineato che le fonti condizionano i giornali, per ragioni economiche e di rapporti di potere. Dei cittadini immigrati viene data notizia quando le fonti – forze dell'ordine, governo, Comuni – forniscono il materiale, vuoi attraverso la diffusione delle notizie-eventi, vuoi attraverso le dichiarazioni pubbliche che costituiscono una quota rilevante del flusso informativo (Corte, 2002). I media sono così in balia, in modo consapevole o meno, delle fonti. Ecco, allora, che il Giornalismo interculturale dovrà recuperare autonomia nella raccolta delle notizie, nella loro verifica, nell'attività di indagine.

Per scardinare l'agenda di quei media che sono insensibili e impreparati di fronte a una società pluralistica, il Giornalismo interculturale deve recuperare la tradizione investigativa, d'inchiesta che – anche a livello italiano – ha raggiunto grandi risultati. Basti pensare ad uno dei più grandi giornalisti italiani di cronaca nera, Tommaso Besozzi, che sulle pagine del settimanale “L'Europeo” smascherò la versione ufficiale sulla morte del bandito Salvatore Giuliano con un articolo – uscito il 12 luglio 1950 – intitolato: “Di sicuro c'è solo che è morto”. Besozzi, scomparso nel 1964, così comincia l'articolo sul bandito Giuliano: “Chi è stato a tradirlo? Dove è stato ucciso? Come? E quando? La grande maggioranza dei siciliani non crede alla descrizione ufficiale del conflitto nel quale ha trovato la morte Salvatore Giuliano. E anche noi dobbiamo confessare di avere inutilmente tentato di mettere d'accordo parecchi particolari di quella relazione con i luoghi, le circostanze, il racconto di chi quella notte vegliava a pochi passi di distanza dal tragico cortile in cui si è svolto l'epilogo del dramma o è stato svegliato dal fracasso delle fucilate. Tutto ciò si chiamerà forse cercare il pelo nell'uovo, ma l'esame delle incongruenze, dei punti oscuri, dei dubbi che inevitabilmente nascono nella mente di chi abbia tentato sul posto di ricostruire la scena non cesserà per questo di essere interessante”.

Dietro a tante notizie che riguardano i cittadini immigrati (ma anche a quelle che riguardano tutti i cittadini), dietro a tanti silenzi, dietro a tante versioni ufficiali, vi sono altre verità, altri eventi, valori e situazioni da portare alla luce. Un giornalismo che voglia dirsi interculturale non può trascurare di farsi inter-

rogante, insofferente alle verità proclamate, scontento del fermarsi all'apparenza; deciso a quell'interazione, a quella comprensione, a quell'empatia, a quel dialogo che fanno di una certa azione, un'azione interculturale.

Un ultimo aspetto dell'agenda dei media è quello legato al rapporto fra le diverse organizzazioni mediali. Nel suo studio, Reese (1994, p.238) sottolinea che sebbene sia possibile definire i rapporti fra i media e le fonti, il legame più interessante, per quanto riguarda questo livello, è quello che intercorre fra le diverse organizzazioni dei media. Se un'organizzazione ha influenza sulle altre, essa ha, in proporzione, più potere in rapporto alle fonti. I sociologi che si occupano dei mezzi di informazione sanno da tempo che gli operatori dei media si fanno guidare dalle scelte compiute da altri mezzi di comunicazione per la selezione delle notizie da pubblicare. Chiaramente, i giornali di maggior prestigio contribuiscono alla determinazione dell'agenda di quelli più piccoli.

Va anche detto che i media più piccoli possono suggerire temi ed eventi-notizia che i media più grandi o che altri tipi di media riprendono, sviluppandoli, presentandoli in una veste amplificata; è vero comunque che un mass medium più potente ha un'influenza sui media minori. Un'influenza che non si esercita soltanto sul piano dei temi affrontati, degli eventi riportati, ma anche sul taglio dato alla presentazione di un certo argomento o fatto; addirittura anche sull'impianto visivo (la grafica di un giornale piuttosto che la scenografia di uno studio televisivo) dei media minori. Questo non è di per sé un limite o un difetto della comunicazione giornalistica, purché vi sia da parte del medium che recepisce l'agenda dei fatti l'impegno a verificare quanto gli viene proposto, ad approfondire, a confrontare. Il problema sorge quando l'influenza fra i media porta all'appiattimento, al conformismo, a quella "seguitazione mediale" di cui si è già detto.

I rapporti che vigono fra le organizzazioni dell'informazione – fa notare Reese – possono essere simbiotici nel senso che ciascuna contribuisce a legittimare il lavoro delle altre. Il grande numero crea una sensazione di sicurezza. La competizione, invece, nasce dal tentativo di superarsi a vicenda nella copertura di qualche fatto nuovo o di una nuova piega assunta dai vecchi fatti, e dallo sforzo di fare tutto ciò più velocemente degli altri (lo scoop). In questo senso, molte organizzazioni differenti possono produrre il proprio contenuto all'interno di una

cornice comune e consensuale che riflette lo status quo, differenziandosi soltanto per alcuni elementi secondari.

Anche se il numero dei media è oggi molto più grande che in passato, il fenomeno di agenda-setting fra un mezzo di comunicazione e l'altro può ridurre la differenziazione informativa che, altrimenti, ci si potrebbe aspettare. Grandi forze centripete agiscono e spingono all'omologazione persino i media più diversi; seguire la via indicata dagli altri permette infatti, riducendo i rischi, di tagliare notevolmente anche i costi. È anche su questa visione "economicistica" che deve agire il Giornalismo interculturale, smascherando la facile illusione dell'informazione a buon mercato e superficializzata. Si tratta infatti di un'informazione che porta il pubblico a disaffezionarsi, a cercare in altri canali informativi – i blog su Internet, le riviste di nicchia, i siti Web alternativi – nuovi ingredienti per una diversa e migliore dieta mediale. L'impegno del Giornalismo interculturale sta anche nel far comprendere che l'informazione non è trattabile come una "merce" qualsiasi; ma che ha un ruolo civile e culturale al quale non può in alcun modo sottrarsi.

Infine, ultimo aspetto ma non meno importante, l'incidenza che possono avere nell'agenda dei media le organizzazioni di volontariato legate al mondo dei migranti, le associazioni di cittadini immigrati, il settore non-profit. Utilizzando gli strumenti della comunicazione pubblica e del giornalismo, questi soggetti possono incidere sui mass media proponendo una visione più completa, diversa, non stereotipata dell'immigrazione. Così come le fonti istituzionali (forze dell'ordine, magistratura, governo) e quelle politiche propongono una propria visione e versione del fenomeno immigrazione, allo stesso modo vi possono essere forze sociali capaci di fare "informazione alternativa" (temi diversi da quelli di solito proposti ai media) e di fare "controinformazione" (una diversa versione di uno stesso accadimento trattato dai media). Acquisita credibilità e agendo in modo professionale, le fonti alternative possono entrare nel gioco quotidiano – una vera e propria "battaglia" – per dettare contenuti e tempi dell'agenda dei mass media. Ecco perché è importante la "comunicazione sociale", che dà voce a chi voce non ha; o ne ha molto poca.

Terza azione: il linguaggio, strumento per prevenire i pregiudizi. Il nostro nome, il nome proprio che portiamo con noi sin dalla nascita è un qualche cosa che ci appartiene in modo intimo. Racchiude, nel meraviglioso suono che per noi esso

rappresenta, tutto il nostro passato e ci àncora al presente, consentendoci di progettare il nostro futuro. Dale Carnegie (1991, p.102), noto per le sue tecniche di relazione, spiega che “dovremmo essere consci del magico potere nascosto in un nome. E capire che questa singola particolarità è di proprietà esclusiva del suo possessore. I nomi distinguono gli individui. Li rendono unici fra tutti. (...) Ricordatevi che per una persona il suo nome è il suono più importante e più dolce in qualsivoglia lingua”.

L'incontro fra le persone avviene attraverso il nome, il quale racchiude un universo di significati, un richiamo all'intimità del singolo, alla sua storia personale e alla sua individualità e unicità esistenziale. Anche nella comunicazione educativa il nome svolge un ruolo importante: “L'incontro davvero nuovo, che apre la persona a sé stessa, aiutandola a riconoscersi e ad amarsi, è consegnato ad uno sguardo empatico e a parole rivelative che, per lo più, si assommano e si concludono nell'essere chiamati per nome” (Bellingreri, 2005, p.350). Nella profondità del desiderio, dell'incontro, dell'appartenenza reciproca vi è il “nome proprio”: “Questa parola può essere il centro dell'illuminazione della persona: porta infatti l'apertura del cuore di chi è da essa chiamato, nel momento stesso in cui costituisce una rappresentazione della forma personale. Chi è chiamato col nome proprio, allora, si rivela nell'atto in cui, responsabilmente si offre e si attesta” (Bellingreri, cit.).

Queste considerazioni che vanno al profondo dell'animo umano ci fanno capire come la negazione del “nome proprio”, la sua sostituzione con un'etichetta generica, sia una forma di estraniamento, di negazione dell'individualità, di soppressione della persona, di ferita esistenziale. Nel nome “Maurizio”, chi scrive ritrova tutto il proprio percorso, il proprio arco di vita, la durata di un impegno nel mondo dalla nascita (e anche prima della nascita, sin dal grembo materno) all'oggi; e dall'oggi al futuro tracciato nella mente e nell'anima attraverso sogni e progetti. Se “Maurizio” dovessimo sostituirlo con “italiano”, o con “veronese” (originario della città di Verona), priveremmo chi scrive di gran parte della propria storia esistenziale; ridurremmo la poliedricità della sua personalità, le sfaccettature e le fondamenta del suo essere ad un aspetto di tipo etnico, culturale, nazionale o cittadino. Escluderemmo buona parte del tutto, per far emergere solo “una parte”.

È quanto fanno i mass media nel momento in cui ignorano, escludono la personalità degli individui e riducono tutti i citta-

dini stranieri ad una grande massa indistinta, spesso misteriosa e talvolta minacciosa: gli “immigrati”, gli “extracomunitari”. Vi è “una negazione di identità, spesso involontaria, ma non per questo meno dolorosa per chi la subisce” (Cotesta, 2003, p.82). Uno degli impegni del Giornalismo interculturale è allora quello di “ridare il nome proprio” alle donne, agli uomini e ai bambini che i mass media etichettano come “extracomunitari”, “marocchini”, “romeni”, “albanesi”, “senegalesi”, “slavi” e via dicendo. Sia nei titoli dei giornali che nei testi è importante che si attui la revisione di un’abitudine sbagliata e, soprattutto, deleteria, foriera di conflitti culturali.

Perché è importante agire sul linguaggio dei mass media? Perché i media, come abbiamo visto trattando delle teorie delle comunicazioni di massa, hanno un’influenza sul linguaggio dei lettori e dei telespettatori. La lingua, da parte sua, è una “macchina per significare” (Simone, 1999, p.458). La sua funzione principale e originaria è di scambiare e trasmettere significati, attraverso l’associazione fra l’espressione e il contenuto: un’associazione che consente ad un contenuto di manifestarsi grazie ad un collegamento regolato (attuato in base a delle regole) con un’espressione percepibile a livello sensoriale. L’associazione fra l’espressione sensoriale (una parola, nella funzione di “significante”) e il contenuto (definito come “significato”) è immotivata, arbitraria, senza una ragione logica o naturale (Gensini, 1999, p.39), tanto che gli utenti sono liberi di collegare come vogliono i due piani del segno (significante e significato).

Nel momento in cui, a livello massmediale, si utilizzano le espressioni di nazionalità (“albanesi”, “marocchini”, “romeni” e via dicendo), oppure i termini “immigrati”, “extracomunitari” in contesti negativi, caratterizzati da minaccia, pericolo, insicurezza, illegalità, tensione, ansia, problema, si produce un effetto: quello di portare il pubblico dei mass media a “connotare” in modo negativo quei termini. Va ricordata, a questo proposito, la differenza fra “denotazione” e “connotazione” (Simone, 1999, p.469). La denotazione (o significato denotativo) è il significato primario di una parola, assegnato in modo arbitrario e convenzionale secondo le regole di una certa lingua: ecco che tutti i lettori italiani penseranno ad un certo oggetto quando leggeranno la parola “automobile”, dato che condividono tutti lo stesso codice linguistico, lo stesso vocabolario. La connotazione (significato connotativo) è il significato “spostato”, un significato ulteriore prodotto in riferimento ad un particolare contesto lingui-

stico e ad una certa situazione comunicativa (si veda anche Gensini, 1999, pp.23, 122, 196).

Dalla scelta delle parole, dall'impiego del linguaggio possiamo dedurre quale e quanta volontà di relazione, di dialogo, di confronto, di rispetto vi sia in un giornale. "Il nome è il primo e fondamentale modo di rapportarsi con l'Altro; dargli un nome, chiamarlo, è un modo di stabilire la relazione con lui. Qui incontriamo già una duplice possibilità: imporre un nome attingendo al nostro dizionario dei nomi oppure accogliere il nome che egli si dà. Poiché non possiamo percepirlo, se non all'interno della nostra prospettiva sul mondo, si apre subito la possibilità di un conflitto culturale intorno alla sua prima e fondamentale identità" (Cotesta, 2003, p.82).

Il Giornalismo interculturale è un giornalismo attento al linguaggio, alle parole che usa. Non si preoccupa dell'impiego di una lingua "politicamente corretta". Si preoccupa semmai degli effetti che certe parole producono sui cittadini di differenti cultura e sui cittadini autoctoni. Il percorso verso un linguaggio rispettoso e più preciso è già stato fatto dai mass-media nel raccontare la disabilità: da "handicappato" si è passati alla parola "portatore di handicap", a "disabile", a "diversamente abile". Nessuno si sognerebbe di titolare in questo modo un articolo su un incidente che veda coinvolta una persona diversamente abile: "Storpio travolto da un'auto pirata". L'integrazione, il superamento dei pregiudizi, l'andare oltre gli stereotipi passano attraverso l'uso del linguaggio. Una guida utile e pratica a un "*Parlare civile. Comunicare senza discriminare*", come recita il titolo, è quella del Redattore Sociale (2013), a cui si rimanda per i dettagli, gli esempi e le motivazioni di una scelta giornalistica interculturale, che punta al rispetto della persona. Da segnalare, poi, il libro di Guadagnucci (2010) "*Parole sporche. Clandestini, nomadi, vu cumprà: il razzismo nei media e dentro di noi*". Altri esempi e riflessioni sono pubblicati nei blog di Maurizio Corte (www.mauriziocorte.org e www.mauriziocorte.it) e di ProsMedia (www.prosmedia.org), dove è possibile leggere i materiali didattici a integrazione e completamento di questo testo.

Vogliamo proprio partire dalla parola "persona" – o ritor narvi, dato che l'abbiamo utilizzata più volte in questo libro – per sottolineare che il Giornalismo interculturale è un giornalismo attento alla singolarità dell'essere umano, alla sua unicità. Non utilizza la parola "*extracomunitario*" perché, oltre ad eti-

chettare chi è escluso dalla comunità, nega la totalità e il valore della persona nella sua unicità e l'assimila ad un gruppo indistinto che esiste solo nella finzione massmediale.

Il Giornalismo interculturale non utilizza, se non quando necessario e comunque in un contesto non discriminante, i *sostantivi di nazionalità* (“marocchini”, “albanesi” e via dicendo) perché sono la riproposizione, quarant'anni dopo, dei sostantivi di “regione” (“siciliani”, “napoletani”, “calabresi”, “meridionali”) utilizzati dai giornali che, allora come oggi, non sapevano leggere, capire e raccontare in modo compiuto e rispettoso il fenomeno immigratorio da Sud a Nord; e perché, come allora, negano la cultura, il valore, l'identità delle persone in termini onnicomprensivi che nulla dicono di reale e di vero e molto connotano in modo dispregiativo. Fermarsi alla nazionalità o all'etnia di una persona, come focus della notizia anche se la nazionalità o l'etnia non c'entrano nulla, vuol dire raccontare solo una storia di quella persona; vuol dire mettere in rilievo solo un lato, e perdersi il resto della vicenda umana e sociale, come fa notare in una Ted conference la scrittrice nigeriana Chimamanda Ngozi Adichie (“The danger of a single story”, sul sito Web www.ted.com).

Alla *parola immigrato*, il Giornalismo interculturale, preferisce la parola “cittadino immigrato”, “cittadino marocchino” (o di origine marocchina, od originario del Marocco): è un modo per riconoscere la cittadinanza di una persona, per evitarne l'esclusione dalla comunità, per favorirne il rispetto e la considerazione da parte del pubblico dei lettori.

Il Giornalismo interculturale, soprattutto, non accetta il vocabolario proposto e imposto dalle “fonti ufficiali” – burocrazia, forze dell'ordine, magistratura – che non possono pensare di sostituirsi ai mass media nella lettura e nell'interpretazione della realtà. Fa notare Baldini (2004, pp.128-129), trattando di quell'italiano grottesco che è il “poliziese” (il linguaggio delle forze dell'ordine), che “tanto il burocrate quanto il poliziotto spesso parlano in cifra, in modo indiretto, poco comprensibile per i non addetti ai lavori. Il burocrate e il poliziotto non amano la chiarezza, entrambi riescono a comunicare il banale contenuto dei loro asserti in modo spesso incomprensibile e ambiguo. Entrambi amano l'antilingua. (...) Il poliziotto ama l'impersonalità, l'ufficialità, tende al distacco, cerca l'oggettività, ambisce al prestigio del linguaggio scientifico-tecnologico. È un linguaggio che sovrabbonda di frasi fatte, oscuro per imprecisione

lessicale, per imperizia sintattica, per i goffi tentativi volti a conseguire la magniloquenza. (...) La sua oscurità, in breve, deve tutto all'imprecisione del locatore e si radica su deformazioni, per lo più inintenzionali, della lingua o del dialetto".

Banalità, oscurità, deformazioni, pseudo-scientificità: è a questi modelli che i giornali debbono continuare a conformarsi? È con quelle espressioni banali, oscure, deformanti, "tendenti all'oggettività" che vogliono informare il lettore? Il Giornalismo interculturale, nel rigettare tutto questo, non parla solo al cuore dei giornalisti, degli operatori dell'informazione, ma parla anche alla loro intelligenza. Un linguaggio rispettoso della diversità, quindi "interculturale", è prima di tutto un linguaggio preciso, funzionale alle intenzioni comunicative dei mass media; oltre che un linguaggio attento alla persona e sensibile al valore di quel "nome proprio" che identifica ciascuno in modo unico e univoco. Come scrive Bonucci (1999, p.312), al giornalismo è assegnato uno specifico valore "di battaglia culturale e civile strettamente ancorata alla realtà dei tempi e alla coscienza di chi quei tempi sta vivendo". Maalouf (2001, pp.311-312), che trova "normale, giusto, sensato non chiamare le persone con dei nomi in cui non si riconoscono", sottolinea l'attaccamento a una "cultura della pace" intesa come uno scrivere "non solo per predicare semplicemente la tolleranza, l'accordo, la coesistenza, ma scrivere per suscitare nel lettore delle reazioni che non siano solo di odio, di difesa, di affermazione di sé stessi contro gli altri, per produrre nel modo più sottile possibile delle reazioni di apertura e di comprensione verso l'Altro".

Quarta azione: la formazione dei giornalisti. Le differenze culturali si possono rivelare una ricchezza laddove si sappia come affrontarle e come utilizzarle. Sono da considerarsi, sottolinea Portera (2004, p.191), come "le vere opportunità educative del XXI secolo. In tal senso è da introdurre in ogni settore della nostra vita una prospettiva veramente interculturale, che promuova la gestione non violenta e costruttiva dei conflitti, che riconosca e sostenga non solo i diritti ma anche i doveri ed i limiti di ogni essere umano o gruppo sociale, che permetta di avvalorare al meglio le pluralità linguistiche, religiose e culturali".

Un ruolo fondamentale, in questo senso, lo recita la formazione. Il Giornalismo interculturale richiede una formazione sia sul piano dei sentimenti che del bagaglio professionale. Di qui l'importanza di un insegnamento che – attingendo alle conquiste e alle problematiche pedagogiche e utilizzando gli strumenti

teorici della Psicologia e della Sociologia della comunicazione – sappia formare le nuove leve di giornalisti e di operatori dell'informazione (fotografi, cameraman, sceneggiatori, autori multimediali, digital marketer, social media manager eccetera). A questo proposito, l'Università degli Studi di Verona, su richiesta del Centro Studi Interculturali diretto da Agostino Portera, nel 2003 ha introdotto, prima in Italia, un insegnamento di Giornalismo interculturale per gli allievi e le allieve della laurea magistrale in Editoria e Giornalismo. Si tratta di un insegnamento che mira a creare nei futuri operatori dell'informazione una coscienza critica; e a fornire loro gli strumenti culturali per superare stereotipi, pregiudizi e limiti delle routines redazionali e dell'organizzazione dei mass media italiani. Acquisita ormai alla letteratura scientifica la critica al modo in cui i media presentano il fenomeno immigrazione, tocca ora al Giornalismo interculturale indicare i possibili percorsi per una comunicazione che meglio sappia leggere, interpretare e rappresentare la società complessa e pluralistica in cui viviamo.

Il percorso universitario è però uno dei percorsi possibili. Esso si rivolge, in modo inevitabile, ad una parte soltanto dei futuri comunicatori, webmarketer e operatori dell'informazione. Come sensibilizzare e formare la gran massa dei giornalisti e chi opera nel mondo dei mass media? Corsi di aggiornamento, condotti in una prospettiva interculturale, sono in funzione in varie realtà italiane, universitarie e non. Con la formazione obbligatoria per i giornalisti, a partire dall'anno 2014 ci sono le condizioni per un rinnovamento – anche sul piano etico e interculturale – della professione.

È una partita importante, perché la professione giornalistica ha sempre fatto affidamento più sulla buona volontà e sugli interessi dei singoli che su un'organizzazione formativa obbligatoria e articolata. A questo proposito Papuzzi (2002, p.314) fa osservare che “le nuove tecnologie e i nuovi media hanno rivoluzionato il rapporto con il pubblico a cui i giornali sono destinati: in sostanza è cambiato e si è ampliato il modo di comunicare le notizie. Da un lato si è fatto più complesso, dall'altro richiede competenze divulgative. In secondo luogo, bisogna considerare anche come sono cambiati lettori e audience, in relazione alle trasformazioni economiche e sociali”. Mentre Varni (2002, pp.319-320) sottolinea la necessità, per il giornalismo dei nostri tempi, di coniugare nuove manualità tecnologiche e inedite organizzazioni del lavoro a più profonde consapevolezze

teoriche e un più ampio bagaglio culturale: i giovani aspiranti giornalisti vanno preparati in modo adeguato alla complessità dell'oggi, combinando le fondamenta del mestiere con più vaste conoscenze teorico-pratiche. L'incidenza del giornalismo sulla società richiede insomma garanzie professionali anche sulla preparazione culturale e pratica di chi esercita questo mestiere.

La necessità di un'azione di formazione per i "nuovi giornalisti" e di aggiornamento per chi è già del mestiere risulta evidente se analizziamo "chi sono" e quale preparazione hanno i giornalisti italiani. Per dare una risposta a queste domande ci rifacciamo ad un'indagine descritta e commentata da Buonanno (2003, pp.59-72) in un breve saggio intitolato "L'identità incerta dei giornalisti italiani, ovvero una professione senza frontiere", a cui rimandiamo per l'interesse che questo studio riveste. La "pluralizzazione" enorme delle pratiche lavorative, fatte rientrare sotto le insegne del giornalismo, inducono Buonanno (2003, pp.71-72) a concludere che "la coesistente pluralità di figure eterogenee (spesso equiparate sul piano dei compiti e delle funzioni), e la convivenza del lavoro dell'informazione e delle attività di comunicazione entro i medesimi confini di un campo giornalistico dilatato, disegnano un quadro di massima indefinità del territorio professionale, nonché di estrema nebulosità delle sue frontiere".

A distanza di anni dalle osservazioni di Buonanno, possiamo affermare che la professione giornalistica è diventata ancor più complessa e articolata. Così come più complesso e articolato si è fatto il sistema dei media, grazie anche alla diffusione dei social network e di molti altri mezzi e occasioni di comunicazione. Le sfide poste dai nuovi canali si sommano alle sfide poste dalla società multiculturale: la somma di nuovi media e nuovi soggetti sociali rende più difficile fare giornalismo; e rende più cogente la necessità di formazione e di riposizionamento della professione.

Il rischio, infatti, è che quella nebulosità indicata da Buonanno si traduca in una indeterminatezza anche sul piano della forza culturale e della capacità interpretativa della realtà complessa e pluralistica in cui viviamo; e che tutto questo si intersechi con le problematiche date dalla velocizzazione dell'informazione e della professione giornalistica e comunicativa, prodotta dalle nuove tecnologie di comunicazione. Il Giornalismo interculturale si pone, quindi, anche come occasione per studiare (o ristudiare) la teoria e la tecnica del giornalismo in modo critico,

oltre che come momento di formazione e di aggiornamento sulle problematiche interculturali che gli sono proprie. L'analisi critica della professione giornalistica, delle sue routines, delle sue scelte editoriali e redazionali fa parte del bagaglio del giornalista "interculturale", perché senza conoscenza, senza cultura, senza approfondimento critico non vi può essere il superamento di posizioni pregiudiziali e stereotipate che spesso caratterizzano l'universo mediale italiano.

È importante uscire dalle secche di posizioni pessimistiche e fatalistiche sulle routines redazionali e su come viene confezionata e gestita l'informazione. Il sistema dei mass media non è immutabile. Fedeli all'utopia e alla forza rivoluzionaria, teorica e pratica, dell'orizzonte pedagogico (Portera, 2004, Frabboni-Pinto Minerva, 2005), non possiamo non affermare il diritto-dovere di una comunicazione interculturale a livello dei mass media: una comunicazione che nelle sue varie articolazioni – giornalismo, fiction, marketing, pubblicità – sappia parlare "della diversità" e "alla diversità" in un modo non ghetizzante, non escludente, non discriminante.

Quinta azione: un diverso rapporto con le fonti. Nelle azioni pratiche per un Giornalismo che sia interculturale non può mancare una revisione del rapporto con le fonti, ufficiali e non. Come si evince dalle ricerche su "media e immigrazione", sono soprattutto le fonti ufficiali a parlare (governo, politici, magistratura, forze dell'ordine). Sono fonti che tentano di imporre, in modo del tutto legittimo, un proprio linguaggio, una propria agenda dei fatti e dei temi (le *issues*), e una propria chiave interpretativa (un proprio "frame") degli eventi.

Richiamandoci a Lepri (1991), dobbiamo ricordare che i giornalisti e i comunicatori sono professionisti che "mediano" fra le fonti e il pubblico. Compito di giornalisti e comunicatori, quindi, non è di fare da megafono, da amplificatore di ciò che le fonti dichiarano: ma di conoscere, selezionare, filtrare e valutare (prima di rendere noto) quanto le fonti hanno da dirci.

Come osserva Marini (2006), "gli *issues promoters* si pongono la finalità fondamentale dell'attenzione e quindi della circolazione del loro discorso: da qui si origina il problema del rapporto (diretto e indiretto) con i media". La partita che si gioca è quella della "costruzione sociale della realtà" da parte di istituzioni, organizzazioni e individui: una costruzione sociale della realtà (ad esempio, della "realtà dell'immigrazione") che viene attuata in funzione degli obiettivi e degli interessi delle

fonti ufficiali, non in funzione degli obiettivi e degli interessi dei media e del pubblico.

Nell'arena pubblica, là dove la discussione ha luogo, vi è una competizione fra i soggetti, fra le fonti, i media, le istituzioni, le organizzazioni e – con i social network – fra gli stessi fruitori delle notizie che divengono spesso fonti a loro volta. Ebbene, comunicatori e giornalisti hanno il diritto/dovere di non appiattirsi sulle visioni e sulle costruzioni fornite dalle fonti, siano esse ufficiali o meno. Soprattutto, giornalisti e comunicatori non debbono appiattirsi sulle fonti tradizionali e istituzionali, ma ricercare anche altre fonti (attendibili e degne di fiducia), in modo da arricchire il racconto degli eventi; e in modo da fornire al lettore più punti di vista, più complete costruzioni simboliche.

Una società pluralistica presenta tratti complessi, eventi innatesi e situazioni sovente di difficile interpretazione. Essa pone i giornalisti e i comunicatori di fronte a una “fatica interculturale”, a un impegno di selezione, racconto e presentazione delle notizie che non è facile. La sfida professionale è pertanto avvincente e ardua da superare: richiede competenza, apertura mentale, consapevolezza degli stereotipi e dei pregiudizi, conoscenza delle tematiche, volontà di scavare e di comprendere, andando ben oltre le visioni scontate e preconfezionate. È una situazione che richiede uno *sforzo professionale* e una *spinta d'orgoglio da parte degli operatori dell'informazione*, pena l'essere strumentalizzati a beneficio degli interessi di altri, mentre il loro interesse è di farsi mediatori autorevoli e apprezzati agli occhi dei lettori.

Si badi bene: farsi mediatori autorevoli e apprezzati agli occhi dei lettori non significa assecondare le (presunte) volontà di spettacolarizzazione e drammatizzazione delle notizie che possono venire dal pubblico. Come ci ricorda McQuail (2001, p.289) “il termine *pubblico* è fondamentalmente astratto e discutibile, e la realtà a cui questo termine si riferisce è composita e in continua trasformazione”. Il calo nelle vendite dei giornali quotidiani e periodici, e il calo negli ascolti televisivi generalisti da parte del pubblico giovanile e di quello più colto e smaliziato, dovrebbero ammonirci sull'idea di pubblico che taluni operatori dell'informazione ancora conservano.

Su un altro fronte, con il Web – ove tutto è tracciabile e misurabile – possiamo pensare di avere riscontro immediato delle scelte editoriali: possiamo pensare di misurarne il successo o l'insuccesso. L'informazione giornalistica online, però, non va

confusa con il webmarketing: non è sufficiente accontentare i gusti del pubblico, accarezzarne le preferenze e assecondarne le tendenze. Il giornalismo, appunto perché selezione e mediazione condotta da professionisti indipendenti dalle fonti e dai destinatari dei messaggi, ha anche il compito di aprire nuove strade, di tentare autonome letture e rappresentazioni della realtà. Un giornalismo che sia interculturale ha il dovere soprattutto di mettere in forma “costruzioni sociali della realtà” che siano in linea con il rispetto dei diritti fondamentali della persona; e con i precetti della deontologia professionale.

Sesta azione: l’attenzione ai “frame”. Graber (1984, cit. in McQuail, 2001, p.354) definisce i “frame” come schemi interpretativi che forniscono una guida alla scelta, alla rilevanza e alla cognizione di quanto accade: sono costruiti socialmente e sono largamente condivisi. I frame sono quindi strutture cognitive che organizzano la conoscenza di situazioni e individui, prendendo spunto da situazioni precedenti, richiamando informazioni memorizzate ed elaborando nuove informazioni.

Tradotto in linguaggio corrente, potremmo dire che un “frame” è una finestra sulla realtà; è una cornice interpretativa che attinge alla memoria, alle conoscenze possedute, alle visioni del mondo. Proprio perché cornici interpretative, i frame sono strumenti che ci fanno leggere fatti, eventi, situazioni, persone, organizzazioni in un certo modo, anziché in un altro. Nel caso delle migrazioni, ad esempio, potremmo avere il frame dell’invasione piuttosto che il frame della ricerca di diritti e di migliori condizioni di vita. Nel rapporto con l’Alterità, con la diversità culturale, possiamo avere (od impiegare) il frame della minaccia e del pericolo, piuttosto che il frame della risorsa e dell’arricchimento reciproco.

È di per sé evidente che i media – dai mass media al Web 2.0 dei social network – contribuiscono a formare e a diffondere un certo frame anziché un altro. Giornalisti e comunicatori hanno così la responsabilità di trasferire al pubblico – ma anche di recepire dal pubblico – questa o quella chiave interpretativa; questo o quel frame. Come sottolinea McQuail (cit. p.354), i frame sono influenzati dalle circostanze, dai punti di vista, dai pregiudizi e, possiamo aggiungere, dalla formazione professionale del pubblico e degli operatori dell’informazione. Come per le notizie, possiamo avere anche per i frame soluzioni “egemoniche” (la voce di chi ha già voce, come le fonti ufficiali), “oppositive” (la voce di chi si oppone alle fonti ufficiali, mirando a

imporre un proprio linguaggio e una propria agenda) e soluzioni “negoziate”.

Come giornalisti e comunicatori possiamo concordare sul fatto che i “frame negoziati” sono quelli che più si avvicinano a una concezione equilibrata, equidistante e autonoma dell’informazione: nella mediazioni fra le fonti e il pubblico, il giornalista interculturale non sceglie l’egemonia o l’opposizione tout-court. Il giornalista interculturale, come professionista della comunicazione, si interroga sul proprio ruolo, ha come riferimenti i valori della deontologia, si pone al servizio del lettore e realizza nel modo più compiuto e indipendente il proprio compito di mediatore. Lo fa con l’obiettivo di restituire al lettore un’informazione che sa essere parziale, “costruita” e “decisa” dai giornalisti (si veda Gans, 1979), ma che non è pregiudizialmente al servizio del più forte o del più potente.

2. Il Giornalismo interculturale nel lavoro in redazione e nel lavoro sul campo

Nelle conferenze con i giornalisti, ma anche nel corso delle lezioni con gli allievi e le allieve dell’università, ricorrono alcune domande: perché non scrivere che un certo offender è marocchino piuttosto che albanese o rumeno? Cosa c’è di sbagliato nello scrivere che un certo soggetto è “extracomunitario”? Non è il caso di denunciare le pratiche proprie di certe religioni o culture, per avvisare i lettori e orientarli in questa nostra società? E così via. Sono domande legittime, stimolanti e sollecitano lo studioso e il professionista del giornalismo e della comunicazione a confrontarsi, a dibattere, a trovare soluzioni. Quelle che daremo, qui di seguito, sono soltanto alcune indicazioni che non si pretende siano esaustive; ma che certo possono orientare il professionista della comunicazione che si ponga quelle e altre domande.

Sono sei, abbiamo visto in precedenza, le “azioni pratiche” per un giornalismo che sia interculturale, quindi all’altezza di un’informazione propria di una società pluralistica. Ricordiamole: un linguaggio senza pregiudizi, una diversa agenda dei temi, diverse routines/pratiche professionali, un diverso rapporto con le fonti, la consapevolezza/attenzione ai frame (le cornici di interpretazione degli eventi) e la formazione dei giornalisti.

Il lavoro in redazione. Vediamo come tradurre quelle azioni pratiche in lavoro quotidiano in redazione (o, nel caso della comunicazione e del digital marketing, in lavoro in ufficio). Prendiamo come esempio la pagina sui Rom pubblicata nel maggio 2008 sul quotidiano *L'Arena* di Verona, progettata e realizzata da chi scrive: una pagina a cui è stato applicato un metodo di lavoro utilizzato poi negli anni successivi e tuttora praticato. Per quanto riguarda il *linguaggio*, la scelta è stata quella di evitare espressioni offensive, stereotipate e pregiudiziali: si è scelto di impiegare le parole che definiscono le persone e i gruppi Rom secondo i modi in cui essi vogliono essere definiti; si è poi fatta attenzione agli aspetti connotativi delle parole, a quei significati ulteriori che le parole acquisiscono con l'uso in certi contesti. A questo proposito, è innegabile che la parola “extracomunitario”, oltre al significato corretto e denotativo di “cittadino non appartenente all'Unione Europea”, abbia assunto anche il significato connotativo, ulteriore, di “soggetto estraneo, straniero, fuori della comunità” con colorazioni negative, di minaccia, di disagio e di disturbo. L'indicazione, quindi, sul linguaggio è di impiegare parole ed espressioni corrette giuridicamente, rispettose, accettate dalle persone e dai gruppi di cui si scrive.

Per quanto riguarda l'*agenda dei temi*, la scelta è stata quella di voler conoscere i Rom per restituirne ai lettori una fotografia realistica, veritiera, completa e di servizio al pubblico. Il “giornalismo di servizio” è una forma alta di giornalismo, che si presta a fornire al lettore le chiavi e gli strumenti conoscitivi per bene operare nella società in cui vive; e per bene operare con le persone o i gruppi con cui si relaziona. Nel caso dei Rom, si è voluti andare oltre la visione stereotipata e pregiudiziale di un popolo di “ladri e straccioni”: si è anzi presa a pretesto l'accusa, infondata, fatta ai Rom di essere “ladri di bambini”, per affrontare in modo serio il tema della devianza. Ecco che l'agenda dei temi si è articolata su questi argomenti: chi sono i Rom, cosa fanno, come e dove vivono, quali problemi hanno; qual è la storia dei Rom, da dove arrivano e qual è stato il loro rapporto con l'Italia; che rapporto c'è fra la devianza, l'illegalità e i Rom; cosa fa l'Unione Europea per i Rom.

Sulle *pratiche e routines professionali*, si è voluti andare oltre la “fretta” e la costruzione “istantanea” dell'inchiesta. La scelta – non potendo dedicare per più giorni un'attenzione esclusiva all'inchiesta – è stata quella di lavorare alla pagina sui Rom nei ritagli di tempo, lasciando decantare informazioni e

interviste, nella convinzione che è meglio una buona pagina di giornalismo dopodomani che una pessima pagina di giornalismo oggi. Si è evitato di concentrare in uno-due giorni un'indagine sui Rom che ha richiesto riflessione e analisi attenta di quanto si doveva pubblicare.

Non sempre è possibile programmare con anticipo le inchieste e gli approfondimenti: a volte c'è bisogno di costruire in poche ore la tematizzazione di un certo evento. È però vero che si tratta di situazioni che non accadono di frequente; ed è altrettanto vero che la capacità e professionalità di un giornalista viene misurata anche dalla sua abilità nell'avere un archivio di informazioni, di contatti qualificati, di dati e di approfondimenti (il Web in questo aiuta molto). Un buon giornalista, insomma, lo si giudica anche dal buon archivio che possiede e dalla preparazione culturale che ha nel campo di sua competenza. Di conseguenza, possiamo dire che è possibile praticare un giornalismo efficiente, sempre “sul pezzo”, senza per questo rinunciare alla qualità: la fretta, l'improvvisazione, possono essere eccezioni, non diventare la regola.

Nel *rapporto con le fonti*, la scelta è stata quella di far parlare i diretti interessati, consapevoli del fatto che l'Altro, il Diverso, sovente non ha voce né occasione per esprimersi. Accanto a questo, si è voluto ascoltare l'esperto, lo studioso, il professionista che si occupa di Rom o di fenomeni collegati (a torto o a ragione) ai Rom. Sono stati allora intervistati un mediatore interculturale Rom, una dottoressa di ricerca Sinta e alcuni docenti universitari di Sociologia. Nel fare questo si è tenuto presente quanto ci dicono molte ricerche sul tema “media e minoranze”: nelle minoranze vi sono persone qualificatissime che possono dare voce al loro gruppo in modo informato e con competenza. Si è poi evitato, come spesso succede, di dare voce a “presunti rappresentanti” delle minoranze che sono estranei alle minoranze stesse e che si fanno, a volte, portavoce con autorizzati. Questo voler andare al di là delle solite fonti è sovente proficuo, e lo è stato anche nella cura della pagina sui Rom: si creano, infatti, occasioni per acquisire nuove notizie e per inquadrare un tema o un fenomeno in una prospettiva differente, più ricca e foriera di altre informazioni.

Va poi ricordata *l'importanza del “frame”* (della cornice interpretativa, della finestra di visione) con cui si affronta un fatto, un evento o un tema. Nel caso della pagina sui Rom, si è voluti andare oltre – senza peraltro ignorarlo – il tradizionale

frame dei “Rom ladri e devianti”. Il tema della devianza e del “furto di bambini” è stato affrontato in modo approfondito, per mettere il lettore di fronte ai propri pregiudizi, per mettere anche gli stessi intervistati di fronte al pregiudizio e per verificare luci e ombre di una certa visione del gruppo di cui si parla. Il frame principale, che ha dato una coloritura prevalente a tutta l’inchiesta, è stato quanto di più giornalistico vi possa essere: quello della “curiosità”, del voler sapere cos’è un certo gruppo, come vive, dove vive, perché si comporta in un certo modo (e se è vero che si comporta in un modo o nell’altro), quale storia ha alle spalle, quali esigenze ha, quali richieste avanza. Si tratta di curiosità che possono essere soddisfatte solo intervistando persone preparate, qualificate, informate. Ecco che la scelta di un diverso frame, e la consapevolezza della cornice interpretativa impiegata, porta come derivazione una qualità giornalistica migliore di quanto accadrebbe se ci si fermasse ai frame tradizionali, alle solite persone da sentire, ai soliti approcci. Il giornalismo è curiosità, scoperta, interrogazione, ricerca, riflessione, selezione, analisi: è una professione e una pratica non dissimile dalla ricerca scientifica e dalla ricerca sociale. Per questo, dalla ricerca deve prendere ispirazione e strumenti, pur nella consapevolezza dei tempi diversi e dei diversi obiettivi che caratterizzano il giornalismo e la comunicazione rispetto alla scienza.

Infine, la *formazione dei giornalisti*. Lo studio, l’aggiornamento, il possesso di un archivio di qualità, la specializzazione, l’intelligenza critica, la disponibilità all’ascolto, la capacità e la disposizione a rivedere i propri giudizi: sono tutte qualità indispensabili a un giornalista interculturale e a un buon giornalista tout-court. In alcuni giornali, specie locali, vi sono direttori che non ritengono la specializzazione una virtù: per ridare vivacità e incisività al lavoro redazionale, pensano che sia giusto far girare i giornalisti dall’uno all’altro settore, come se l’essere tuttologi si sposasse con la qualità della conoscenza e della comunicazione. Spesso, poi, nei giornali si pensa che l’occuparsi di vita sociale, di vita dei quartieri, di minoranze, di relazioni e fenomeni del tessuto urbano sia facile e alla portata di tutti. Niente di più infondato: il giornalismo sociale, il giornalismo interculturale, il giornalismo che analizza e racconta la comunità e la città richiede la stessa specializzazione e qualificazione del giornalismo economico o di quello giudiziario.

Dietro certe scelte dei direttori di giornale, temiamo vi siano un'insufficienza e un disegno: l'insufficienza di alcuni direttori di giornale sta nel non capire che solo un giornalismo specializzato può produrre un giornalismo di qualità; il disegno di alcuni direttori è poi quello di non volere un giornalismo specializzato per meglio controllare e tenere in posizione di subordine una redazione. Il risultato è consequenziale: un prodotto-giornale che non è all'altezza dei tempi e che non soddisfa le esigenze e richieste dei lettori, con l'effetto di perdere pubblico e pubblicità. L'esercizio del potere, il servizio alle élite dominanti – da parte di alcuni direttori di giornale – ha come conseguenza un prodotto-giornale scadente, tanto da far pensare che per alcune direzioni di giornale l'essere al servizio di poteri forti sia più importante dell'essere al servizio del lettore e dell'impresa che realizza il giornale. Se questi sono i limiti di alcuni vertici dei giornali italiani, altri sono i limiti degli editori che scelgono quei direttori e non altri: ma questa non è la sede per dimostrare le insufficienze degli editori. Basti dire che vi sono; e che il tipo di proprietà delle testate giornalistiche ha influenza sulla qualità dell'informazione, sui temi e le caratteristiche degli articoli o dei servizi radio-tv (Hansen-Machin, 2013).

Nel caso dell'inchiesta sui Rom, la realizzazione della pagina è stata preceduta da una serie di letture (anche con l'aiuto di Internet) sulla comunità oggetto di inchiesta; ed è stata accompagnata dall'ascolto e dall'intervista di esperti e docenti universitari, alcuni dei quali sono poi stati citati. L'università – con la mole di studi scientifici, di ricercatori, di tesi di laurea – è un giacimento culturale preziosissimo per un giornalista interculturale (e per un giornalista tout-court).

Il *giornalismo sul campo*. Nel caso del cronista che lavora fuori della redazione (freelance o redattore impiegato nei servizi esterni), vale quanto si è detto del giornalismo in redazione. Su questo vogliamo portare l'esperienza maturata nella redazione cronaca del giornale *L'Arena*, in occasione di una lunga serie di servizi sui senza fissa dimora di Verona, alla fine degli anni novanta del Novecento. Sollecitati dall'associazione Ronda della Carità di Verona, e dalla sua fondatrice, Tiziana Recchia, abbiamo avuto modo di conoscere da vicino il mondo dei senza fissa dimora: chi sono, come e dove vivono, quali sono le loro storie, in quale contesto si trovano, cosa fa l'associazione Ronda della Carità per aiutarli.

L'attenzione al linguaggio, in questo caso, si è tradotta nella scelta di non utilizzare le parole “barboni” e “clochard”, per i significati connotativi che si portano dietro e che portano fuori strada. La parola “barbone”, ad esempio, fa pensare a persone irrecuperabili che sono sulla strada, non si lavano, puzzano, sono alcolisti, sono maschi e dalla strada non possono essere portati via. La realtà dimostra che vi sono anche donne, persino famiglie; che vi sono persone onorabilissime e di valore; e che dietro a ogni persona c'è una storia di vita che può riprendere la strada del recupero e della promozione personale. La parola “clochard” restituisce invece la figura di qualcuno che “sceglie la strada” come protesta anti-borghese, contro il sistema, mentre la strada quasi sempre non è una scelta e sulla strada finiscono persone come noi, colpite dalla perdita del lavoro, da una famiglia frantumata, dalla conseguente depressione, dall'alcolismo come fuga, e non come malattia congenita incurabile.

Possiamo quindi dire che dietro la scelta di un diverso linguaggio c'è la scelta di un diverso modo di fare cronaca, di una curiosità giornalistica attenta ad andare oltre gli stereotipi e il velo dell'apparenza, di una sensibilità umana che fa tutt'uno con la professionalità. Il linguaggio segna poi anche l'autonomia dalle fonti, che fanno di solito il loro lavoro e comunicano secondo i loro piani e progetti di comunicazione; mentre compito dei giornalisti e dei comunicatori è di lavorare al servizio del lettore, in un ruolo (Lepri, 1991) di mediazione, di indipendenza, che si esprime sia nella scelta delle parole che in quella dei temi da trattare.

Il *rapporto con le fonti* è più problematico per i giornalisti che operano sul campo. Il loro lavoro, la possibilità di portare in redazione una notizia, sovente dipende proprio dalle fonti. Un buon rapporto con le fonti non significa, però, sudditanza nei temi e nel linguaggio: un buon rapporto con le fonti è fatto di rispetto reciproco, di consapevolezza dei rispettivi ruoli, nella certezza che la fiducia, persino la confidenza con la fonte, non significano giocoforza dover rinunciare all'autorevolezza. L'importante è che i giornalisti siano consapevoli dell'arena pubblica (Marini, 2006) entro cui svolgono il loro ruolo: in quest'arena, ogni soggetto – istituzioni, organizzazioni, leader, giornalisti, sistema dei media – propone e/o tenta di imporre un certo tema, una sua agenda. L'informazione prevalente nasce da una negoziazione fra i vari soggetti, impegnati nell'azione di costruzione dell'agenda (“agenda building”): perché dovrebbero essere i

giornalisti a rinunciare ad avere voce, accettando supinamente e in modo acritico le proposte degli altri soggetti?

Quanto all'*agenda dei temi*, nel lavoro sul campo – l'inchiesta sui senza fissa dimora – si è scelto di raccontare la storia di vita delle persone (pur nel rispetto della privacy e con la massima cautela per le conseguenze dell'apparire su un giornale molto letto in città); di presentarne la condizione umana collegandola al contesto sociale ed economico (evitando quindi pietismi e concezioni di "ineluttabilità" dei destini personali); di dar voce ai protagonisti e agli esperti (i volontari della Ronda della Carità, in questo caso). Alla base dell'agenda vi era la scelta deliberata e consapevole di voler diffondere una diversa "cultura sui senza fissa dimora", affinché fossero visti come persone da comprendere, rispettare e aiutare; e non come "scarti sociali", presenze ingombranti e irritanti.

La *consapevolezza delle routines professionali*, del modo di lavorare dei giornali, e la consapevolezza delle *cornici interpretative* (i "frame") devono essere patrimonio anche del giornalista sul campo. Nel caso dei servizi giornalistici sui senza fissa dimora, è stata fatta la scelta di cambiare il solito frame pietistico o allarmistico: di scegliere la visione offerta dai volontari della Ronda della Carità, alla luce di un impegno per la difesa della dignità delle persone senza fissa dimora. La scelta di un frame è sempre una "scelta di campo": pro o contro certe convinzioni, pro o contro un sistema, pro o contro un modo di raccontare la storia delle persone. L'importante è avere consapevolezza della scelta che si opera; l'importante è non scegliere senza conoscere cosa si sceglie e senza sapere le conseguenze che ne derivano sul piano della comunicazione.

Per le *routines professionali*, è stata fatta la scelta di evitare l'uso dei nomi propri delle persone rappresentate (per cui Giovanni è diventato Marco): lo si è fatto a tutela dei senza fissa dimora. Analoga sensibilità e scelta ha dimostrato il fotoreporter, Tiziano Malagutti, che curava i servizi fotografici a corredo degli articoli. L'altra scelta è stata quella di esercitare la curiosità sì, ma una "curiosità solidale", mirata a promuovere la persona rappresentata, non a trattarla come un fenomeno da baraccone per presunti "scoop" di terza fila: qualche giornalista può contestare la scelta di essere cronisti "schierati" in un certo modo, orientando quindi il lettore, anziché puntare alla "obiettività". Il fatto è che la visione di un giornalista, come di un comunicatore, è comunque una visione parziale. La "notizia" non ha

un suo statuto ontologico, non è “notizia di per sé”, ma è “notizia per conto del giornalista” che opera una scelta, che decide di far diventare notizia un evento anziché un altro, un aspetto della situazione anziché un altro (si veda Gans, 1979).

Come pratica professionale, si è deciso di applicare la buona regola di una “*revisione attenta*” del testo scritto. Non solo una doverosa revisione dello stile di scrittura, della correttezza della composizione (ormai obbligata, venendo meno nelle redazioni i correttori di bozze); ma una revisione che potremmo definire “interculturale”, fondata com’è sul rispetto e sulla relazione con la diversità. In pratica, si tratta di analizzare – servono 5 minuti, non un secondo in più – la scelta e la qualità dei temi trattati; il frame impiegato (se corrisponde o meno, in un articolo o servizio radio-tv, alle intenzioni); il linguaggio utilizzato (se è rispettoso dell’Altro, della diversità, o se discrimina, diffonde pregiudizi o addirittura offende).

Infine, la *formazione professionale*. Non è sempre necessario o possibile leggere libri, studiare relazioni o fare approfondimenti specialistici su tematiche oggetto d’inchiesta: tutto dipende dalla competenza pregressa, dagli obiettivi di comunicazione, dal tempo e dalle risorse a disposizione. Una fonte fondamentale di formazione sono gli esperti, che nel caso dei senza fissa dimora sono identificabili nei volontari della Ronda della Carità. In tutte le situazioni, comunque, l’ascolto, il dialogo, l’attenzione, la rinuncia ai pregiudizi, la visione del contesto, la curiosità giornalistica, l’empatia sono strumenti formidabili di conoscenza e, quindi, di formazione.

Un altro strumento indispensabile, per chi opera sul campo e per chi deve poi in redazione valutare quell’operato, è la conoscenza delle *tecniche di ricerca sociale* e l’aver le basi di sociologia e di psicologia sociale: dall’osservazione partecipante alle tecniche di campionamento; dall’analisi del contenuto dei documenti alle tecniche dell’intervista; alla distinzione fra metodi qualitativi e metodi quantitativi. Una conoscenza, anche solo di base (un buon manuale di liceo, ad esempio, può bastare) della metodologia della ricerca sociale evita imbarazzanti servizi radiotelevisivi o articoli di giornali, nei quali l’ascoltare quattro-cinque persone prese a caso, per strada, fa passare l’idea che sia rappresentata l’opinione pubblica di un gruppo o di una comunità.

La conoscenza, anche questa di base, della sociologia e della psicologia eviterebbe, infine, di fraintendere fenomeni sociali, interazioni e relazioni fra persone; ed eviterebbe di dare in-

terpretazioni infondate di fatti ed eventi. Una formazione appropriata, in questi ambiti, è l'equivalente della doverosa formazione che hanno i giornalisti che si occupano di finanza o di cronaca giudiziaria. La domanda, infatti, è: perché un giornalista "sociale" dovrebbe essere a digiuno di nozioni importanti per saper leggere fatti e situazioni? Non si perdono forse notizie e dettagli interessanti quando non si hanno gli strumenti per comprendere un fatto?

3. Riflessioni sulle azioni pratiche per un Giornalismo interculturale

Quello che abbiamo voluto disegnare in questo capitolo è il quadro operativo del Giornalismo interculturale. Abbiamo tentato di dare risposta alla domanda, legittima, di giornalisti e comunicatori che – dopo le affermazioni teoriche e le analisi dei testi – ci chiedono e si chiedono: “E adesso, che facciamo quando dobbiamo lavorare?”. È una risposta, quella che abbiamo dato, articolata e in divenire. Mai come nel giornalismo e nella comunicazione (come anche nel webmarketing) è fondamentale il *learning by doing*, l'imparare facendo. L'importante è avere coscienza e conoscenza di quanto si sta facendo e di quanto si impara. Coscienza e conoscenza del proprio ruolo di comunicatori, e di operatori dell'informazione, sono passaggi dirimenti per sapere quali scelte fare, come operare sul campo, come leggere gli eventi e come raccontarli.

Per molti anni vi è stata la convinzione, fra i giornalisti, che bastassero il “fiuto della notizia” e il “bello scrivere” come requisiti per accedere alla professione. Il rapporto con le fonti di qualità e la curiosità, oltre alla socializzazione in redazione, avrebbero dovuto fare il resto. Quella giornalistica è stata per molti anni una “cultura orale”, propria di un mestiere imparato andando a bottega. L'oralità e l'andare a bottega sono ancora fondamentali, nella professione giornalistica e nella comunicazione; ma diventa sempre più necessario lo studio, il possesso di strumenti culturali di lettura della società, come rileva Bellinetti nel suo intervento all'inizio di questo libro. In un mondo che si è fatto complesso e interrelato, è la cultura professionale a fare la differenza e a caratterizzare il comunicare di qualità.

La cultura professionale – che comporta anche il conoscere le teorie dei media e i risultati delle ricerche sul newsmaking –

evita che si perpetui una certa idea del giornalista come di un “sacerdote della notizia”. Il giornalista, secondo questa idea, sarebbe colui che non ha alcuna specializzazione, alcuna competenza specifica nel leggere la società, eppure – in virtù di doti particolari, in qualche modo innate – è in grado di attingere al reale scoprendo la “notizia”. Grazie alle sue virtù sacerdotali, il giornalista saprebbe distinguere ciò che è notizia, da ciò che notizia non è. La notizia, insomma, avrebbe un suo statuto ontologico. Come le “idee” nell’iperuranio di Platone, o come la sostanza nella costruzione filosofica di Aristotele, la notizia sarebbe attinta da chi sa coglierla con i giusti strumenti. La differenza, rispetto alla Filosofia greca, è che il giornalismo non attingerebbe la notizia seguendo un percorso logico, ma per ispirazione e intuito quasi “divini”.

Ora, una concezione del genere è infondata, oltre che ridicola. *Notizia è ciò che noi giornalisti decidiamo essere notizia*, secondo quei valori-notizia (si veda Wolf, 1998) che – consapevolmente o meno – applichiamo ai fatti e agli eventi. Come osserva Stuart Hall (1970, citato in Centorrino-Romeo, 2012, p.201), “*la notizia è un prodotto*, una costruzione realizzata dall’uomo, una parte fondamentale del sistema di produzione culturale”. E Fowler (1991) fa notare, da parte sua, che il resoconto in cui si traduce una notizia non riflette l’importanza della stessa, ma semmai rivela i criteri e le operazioni con cui è stata selezionata. È evidente, pertanto, lo statuto di “costruzione ad opera dei giornalisti” che appartiene all’essere notizia. Una costruzione della notizia la quale passa – sia in redazione che per i freelance – anche attraverso una gestione accorta, senza remore sui valori e culturalmente sostenuta, dei processi di “negoiazione situata” (Sorrentino-Bianda, 2013) che avvengono ogni giorno nei giornali.

Ecco che, spogliata delle sue fascinazioni sacerdotali, la professione giornalistica resta quello che è sempre stata: una professione che richiede, curiosità, conoscenza, sensibilità, studio, senso critico, orientamento deontologico, passione etica. Il Giornalismo interculturale si iscrive, come conseguenza necessaria, in questo filone, volendo essere un giornalismo in grado di rappresentare ai lettori nel modo migliore, con fondatezza, la società complessa e multiculturale. Quella società entro la quale i nostri lettori vivono, amano, lavorano e qualche volta sognano.