

**Zeitschrift:** Quaderni grigionitaliani

**Herausgeber:** Pro Grigioni Italiano

**Band:** 73 (2004)

**Heft:** 3

**Artikel:** Il fascino e i rischi di un'epoca "superinformata" : alcune riflessioni sulla realtà della comunicazione

**Autor:** Fazioli, Michele

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-55728>

#### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

#### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

#### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 15.01.2026

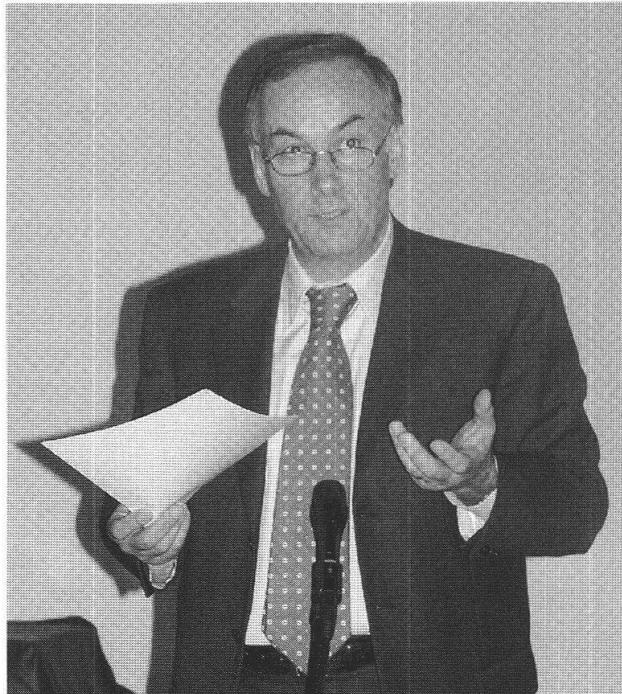
**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

MICHELE FAZIOLI

# Il fascino e i rischi di un'epoca “superinformata”

## Alcune riflessioni sulla realtà della comunicazione

Fra le rivoluzioni maggiori che hanno caratterizzato la nostra epoca moderna ci sono certamente quelle politiche (i grandi rivolgimenti degli ultimi due secoli) e quelle sociali, di cultura e di costume (pensiamo alla rivoluzione industriale, alla condizione femminile, alle scoperte tecnologiche). Ma forse quella che ha inciso maggiormente nel tessuto civile, psicologico, comportamentale e, in un certo senso, antropologico, è stata la rivoluzione della comunicazione. Voglio procedere con ordine, cominciando da un approccio didascalico e storico. Per secoli e secoli (diciamo per millenni) la comunicazione dell'uomo (nel senso della struttura veicolante, non dei contenuti) è rimasta costante. Certo, i contenuti sono cambiati: le lingue stesse hanno avuto una evoluzione, così come sono profondamente mutati i fattori culturali, storici, politici, sociali e religiosi. Ma per portare un messaggio da un punto all'altro della terra, da un uomo all'altro, i mezzi sono rimasti, per centinaia di secoli, tre: la ruota, il cavallo, la vela. In diversissimi contesti ed epoche, la vela ha portato il Vangelo nel cuore dell'Impero romano e ha portato l'uomo europeo in America; la ruota dei carri e il galoppo dei cavalli hanno portato le gesta dei guerrieri medievali contro i saraceni e le notizie dei Principi e dei popoli, la *Divina Commedia* e i romanzi di Jane Austen. Dagli albori dell'umanità fino a metà Ottocento, alla profonda evoluzione storica e culturale dell'uomo ha fatto riscontro un'immobilità degli strumenti comunicativi. Sono migliorati gli aspetti tecnici dei carri e delle carrozze, delle barche e dei velieri: ma gli strumenti sono rimasti quelli.



Michele Fazioli a Poschiavo (foto: Domenico Pola)

Poi, di colpo, nel giro di 150 anni si è passati dal cavallo e dalla vela al treno a vapore, poi alle automobili, poi al telegrafo, al telefono, alla radio, agli aerei nel cielo, alla televisione, ai satelliti nello spazio, ai computer, alla posta elettronica e a Internet. Ciò che non era tecnicamente accaduto in cinquemila anni, è accaduto in poco più di un secolo. Io esemplifico questa clamorosa rivoluzione con la storia di mia nonna materna. L'ho conosciuta bene, è morta a 97 anni nel 1980. Cresciuta in valle di Blenio, nella sua infanzia non conosceva l'energia elettrica, il treno, le automobili, il telefono: nulla, soltanto il fuoco in casa e i carri di fieno. Ha fatto in tempo a conoscere e toccare con mano la rivoluzione comunicativa: a 80 anni è volata a Londra in aereo per il matrimonio di una nipote, ha guardato cinema e televisione, ha viaggiato su treni e automobili, ha telefonato. E io dico allora che mia nonna, dal punto di vista dei mezzi di comunicazione, non ha vissuto 97 anni: ne ha vissuti molti di più, con un'infanzia affondata nell'antichità e una maturità proiettata nel presente rivoluzionario. La rivoluzione comunicativa ha cambiato radicalmente la percezione temporale e spaziale della realtà. Facciamo un esempio. Quando, per secoli e secoli, un nuovo Papa veniva eletto a Roma, dopo il primo segnale di fumo al camino della cappella Sistina (ecco una modalità comunicativa originale, che apparenta stranamente i segnali di fumo degli indiani d'America con le austere stanze vaticane...) e dopo l'annuncio in piazza al popolo, subito suonavano le campane di Roma in un certo modo, a dire ai romani che era stato fatto un nuovo Pontefice. Di lì a poco messaggeri a cavallo partivano dalla Città Eterna e dopo poche ore altre campane suonavano nelle città d'Italia a ribadire l'annuncio. Un giorno o due di galoppo ed ecco lo squillo dai campanili delle città europee, altri giorni di viaggio e poi anche l'estremo nord dell'Europa e la Gran Bretagna sentivano le campane e apprendevano la notizia. E poi, più tardi ancora, l'annuncio toccava l'oriente e l'Africa, attraversava i mari, giungeva nelle Americhe. Prima che la cristianità intera conoscesse la notizia della elezione del nuovo Papa, prima che lo scampanio graduale facesse risuonare nell'aria il solenne annuncio, occorrevano giorni, settimane, mesi... Oggi (basta ricordare l'ottobre del 1978, ultima fumata bianca dalla Cappella Sistina), l'annuncio al balcone di San Pietro viene diffuso da radio e televisioni in diretta e contemporaneamente e in pochi secondi in tutto il mondo. Quel che fino a cento anni fa richiedeva settimane per essere noto, oggi viene comunicato al pianeta in un secondo. Questo esempio conferma dunque la trasformazione temporale della comunicazione: oggi fra l'avvenimento e la sua conoscenza (anche planetaria) c'è contemporaneità. L'attacco alle Torri Gemelle, il goal decisivo ai campionati del mondo, l'elezione del presidente americano, la scia luminosa di un razzo sopra Bagdad vengono percepiti dall'occhio del mondo nel momento stesso in cui il fatto accade. Ciò che sembra oggi naturale era considerato fino a duecento anni fa assolutamente impossibile e incredibile.

Fatta questa introduzione generale, arriviamo dunque a questo nostro tempo superinformato e tecnologicamente rivoluzionario nel campo comunicativo. Oggi siamo molto informati e subito. Tutto ciò che avviene ci è comunicato in contemporanea e da molte fonti. Fra gli aspetti certamente positivi di questa mutazione ci sono la ricchezza e la molteplicità delle informazioni, la visibilità continua di ciò che accade, il costante confronto tra le fonti e dunque un controllo di veridicità, una diffusione capillare

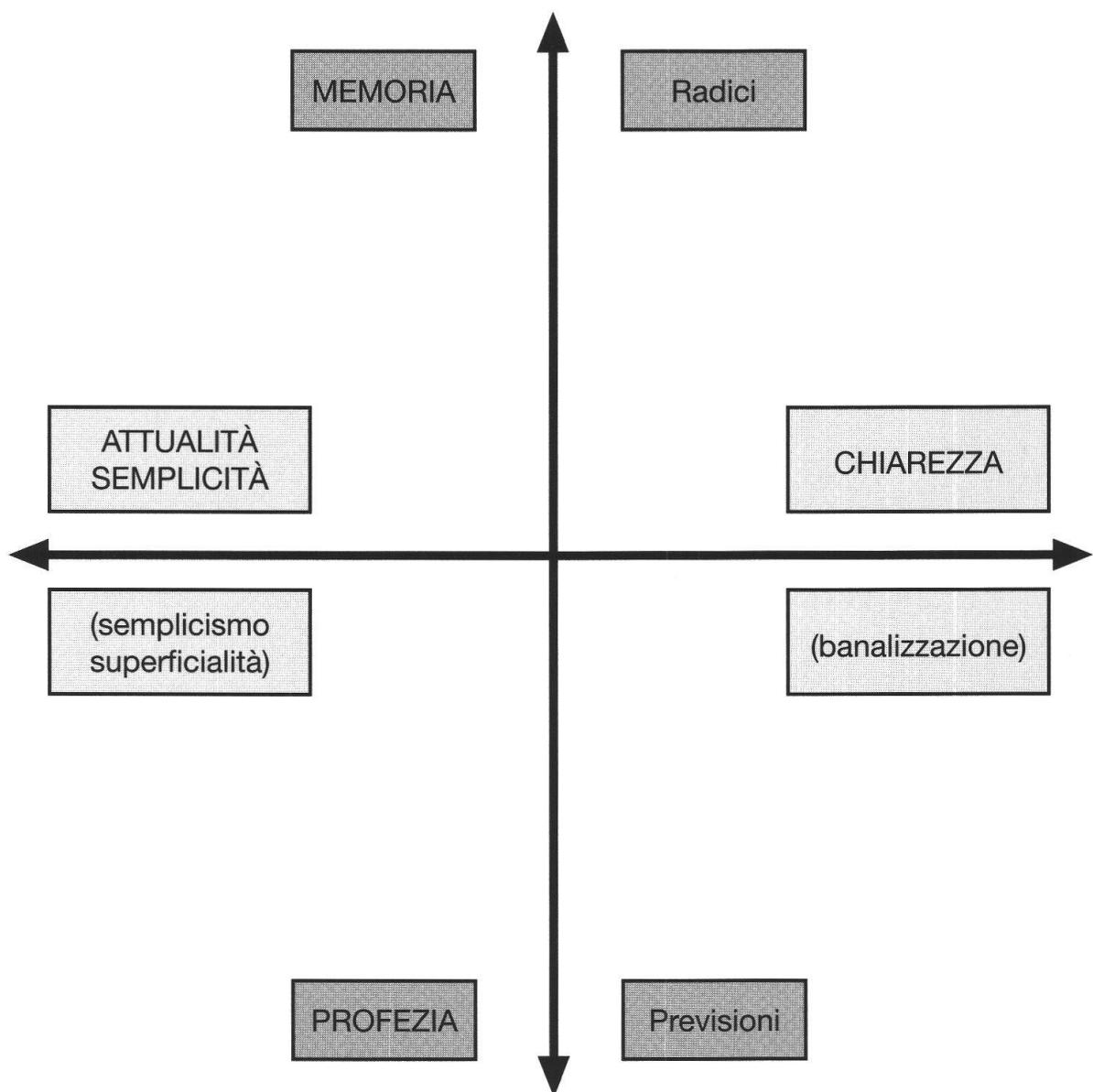
e generalizzata dei fatti e delle relazioni tra di loro (e dunque, in qualche modo, una democratizzazione della conoscenza). La società moderna è una società “di comunicazione” o, se vogliamo, molto “comunicata”. Lo stesso pluralismo informativo (che ha anche eccessi in quanto a livelli discontinui di qualità, come vedremo più avanti: si pensi ai giornali scandalistici e alla Tv spazzatura che convivono con la stampa classica e con la Tv di qualità) è da considerare una ricchezza e un fattore di libertà: tant’è vero che soltanto i totalitarismi bandivano e bandiscono l’informazione e censurano ogni pluralismo. Il totalitarismo ha un’unica fonte di informazione, pilotata. La democrazia ha mille forme e fonti di informazione, di ogni qualità, ma liberamente in concorrenza. La molteplicità di fonti e di giudizi costruisce un pluralismo che produce anche gli anticorpi per curare le proprie esagerazioni e le proprie degenerazioni. Se un organo di informazione mente, o falsifica la realtà, o manipola in modo appariscente un fatto, prima ancora che il dovere etico di correzione, sorgerà l’interesse dei concorrenti a sbagliare il falsificatore. Nessun giornale o radio, o televisione è libero oggi di dire impunemente ciò che vuole senza passare al vaglio di un regime di concorrenza. La velocità della comunicazione permette poi di evitare manipolazioni e distorsioni lungo il percorso. Dunque, la positività della complessità comunicativa odierna è fuori discussione. Ma sarebbe sbagliato nascondere le controindicazioni, le possibili derive, gli interrogativi e anche gli aspetti negativi. La concorrenza, per esempio (di cui abbiamo visto la necessità positiva) determina spesso anche il fenomeno del livellamento verso il basso della qualità: se voglio battere il mio concorrente, devo avere più lettori o spettatori e dunque posso cercare di vellicare la reattività emotiva e morbosa del pubblico. Oggi si denuncia spesso, in questo senso, la sgangheratezza di certi programmi televisivi che combattono in nome dell’audience senza troppi scrupoli: lo stesso vale per certa stampa che, in nome di una presunta chiarezza e libertà, invade e umilia la sfera del privato, costeggia una morbosità perniciosa, rende scandalistica e gridata la scansione delle notizie. Per vivere, sembrano argomentare taluni direttori di giornali e format televisivi, bisogna gridare, oppure andare pericolosamente incontro ad alcuni bisogni primari di un pubblico inteso ai suoi livelli ricettivi più emotivi e rivolti al basso (il pettegolezzo, il sensazionalismo, l’arditezza di costumi). Sarebbe comunque moralistico condannare la corsa giornalistica alla quantità e invocare la sacralità della qualità come unico criterio eticamente apprezzabile. Il criterio liberale e commerciale dell’informazione esige che un giornale sia venduto e una televisione vista. E, al di fuori del privato, anche il servizio pubblico non vuol dire un “servizio senza pubblico”. Il fatto è che bisognerebbe cercare di conciliare le due famose Q dell’ideale completezza giornalistica: la Qualità e la Quantità, il valore dei contenuti e il successo di pubblico. Non sempre ciò è facile e accade che prodotti di sicura qualità perdano velocità commerciale mentre prodotti scadenti si affermino con successo. Ma esistono anche molti esempi di comunicazione scritta e radiotelevisiva di qualità solidamente posizionati nel mercato.

Un altro pericolo è che nella grande e disordinata giungla della comunicazione l’equilibrio concorrenziale venga alterato da forti pressioni politiche ed economiche (chi ha potere e denaro può pagarsi fonti di informazione) e dunque si assiste alla possibilità di una strumentalizzazione, magari strisciante e dunque tanto più perniciosa. La stessa densità di informazione, poi, comporta anche un altro pericolo, che è quello di un bom-

bardamento eccessivo, di un accavallamento di notizie, suoni e immagini che, alla fine, determina una sindrome ricettiva da iper-informazione. La provocazione paradossale potrebbe essere questa: siamo così tanto informati, oggi, da rischiare di essere meno informati... E questo nel senso che il caos comunicativo, i cortocircuiti informativi, la contemporaneità, la massificazione, i ritmi rischiano di rendere sdruciolata l'informazione, la bruciano in un'ora o in un giorno. Si dice da sempre che il giornale di oggi serve domani a incartare l'insalata... E c'è il pericolo che la notizia televisiva di stasera domani sia già morta, seppellita da una valanga di altre notizie. Se la retina visiva (ma soprattutto quella psicologica) del ricevente (il pubblico) viene invasa da una iperdose informativa, c'è il rischio serio di una saturazione che appiattisce le differenze e le mediazioni, annulla i tempi di riflessione, assottiglia la fascia temporale di elaborazione emotiva. Un esempio: quando cominciò la terribile guerra nei martoriati paesi dell'ex Jugoslavia, all'inizio le immagini di dolore, di morti e feriti ci colpivano come un pugno allo stomaco. Poi, a poco a poco, giungendo ogni sera nelle nostre case fotogrammi e filmati di distruzione (bombe, attentati, profughi disperati, ospedali intasati e cadaveri), si è creata in noi la cosiddetta "assuefazione analgesica" da telegiornale. Il bombardamento continuo di notizie ossessive, pur costituendo a modo suo una completezza sempre aggiornata, implica però anche un ottundimento della sensibilità percettiva, della reattività morale. Lo stesso vale per lo stillicidio quotidiano di notizie drammatiche dal medio Oriente, per i palestinesi uccisi e gli israeliani fatti saltare in aria, le bombe terroristiche di Bagdad e gli affamati e i perseguitati del Sudan, dell'Uganda, della Somalia e del Ruanda. Occorre vigilare, darsi ritmo e tempi di scansione, selezionare notizie e immagini, ricostruire gerarchie e classifiche di priorità, di fronte a telegiornali, giornali e giornali radio che passano di corsa da un atto terroristico all'elezione di una miss, da un discorso del Papa a un matrimonio gay, in un "palinsesto" emotivo a dir poco spregiudicato.

Di fronte a queste prospettive in chiaroscuro, a questi scenari positivi e negativi, a questa rivoluzione quantitativa non priva di interrogativi qualitativi, il giornalista moderno deve dotarsi di una griglia personale e redazionale di vigilanza deontologica. Da tempo, nelle riflessioni personali e nel mio incontro con i molti collaboratori con i quali opero da molti anni, sostengo la necessità di dare ordine ai nostri giudizi e alle nostre modalità nell'approccio professionale alla realtà da trattare. Ed ho escogitato un grafico che costituisce una buona base di partenza per un discorso continuato, da tener desto in continuazione. Esiste dunque una linea trasversale, una coordinata che definiremo dell'attualità. Questa linea è quella del necessario tempismo sui fatti che accadono oggi (il giornalismo deve dirci cosa sta succedendo). Legata all'esigenza dell'attualità c'è quella della semplicità e della chiarezza: il giornalismo deve farsi capire. Le controindicazioni, se esagerassimo nel perseguire in modo esasperato e univoco le indicazioni della linea orizzontale, sono quelle di uno scadimento dell'attualità nella superficialità, della semplicità nel semplicismo, della chiarezza nella banalizzazione. Dunque, il giornalista deve costantemente vigilare affinché questa deriva non avvenga. Ma poi si impone la necessità di un'altra linea, longitudinale: questa verticale rappresenta altre esigenze: quelle che io chiamo della "memoria" e della "profezia". Per memoria si intende la radice nel tempo di ogni notizia, la sua origine, la sua genesi, il suo contesto

di provenienza. Infatti: seppure attuale e immediata, ogni notizia ha una sua storia di provenienza, una sua derivazione genetica. Esempio: lo scontro arabo-palestinese di cui abbiamo lampi di *news* ogni giorno, vale ogni tanto la pena di essere contestualizzato nella sua origine storica e politica (perché Israele e il mondo arabo sono in contrapposizione dura da decenni? Da dove viene Israele? Da dove viene l'ostilità araba? Eccetera). Questo vale per il lungo respiro (il passato remoto) ma anche per il passato prossimo (la contestualizzazione di un fatto dentro una sua logica temporale, affinché non accada quello che si paventava più sopra, e cioè che la notizia di oggi venga dimenticata per sempre domani). Per “profezia” intendo invece il coraggio e il rischio di azzardare, su una notizia di oggi, una previsione, una prospettiva, una “profezia laica” per domani, per il futuro. Esempio: questo accordo politico dove ci potrà portare? Quali sviluppi potrà avere? Se la linea orizzontale indica l’attrattività dell’attualità e dell’interesse immediato, quella verticale indica la completezza di una profondità.



Il punto di incontro fra le due linee è quello della tensione ideale del giornalista, sempre alla rincorsa dei fatti attuali e dell'attenzione del pubblico ma anche sempre attento alla contestualizzazione che fa sì che una notizia assuma lo spessore di un'analisi prima e di un giudizio poi. Naturalmente in tempi diversi: perché c'è un tempo per le notizie e un tempo per gli approfondimenti, dentro un'armonica completezza giornalistica. Importante è che queste due linee direttive si incontrino in modo equilibrato e in continuazione dentro la completezza di un giornale, di un programma giornalistico televisivo.

Tendere a questo punto ideale di incontro significa tendere a un senso non banale delle cose, della realtà. E dunque il grafico semplice ma utile che ho evocato serve per la riflessione del giornalista ma, a guardar bene, anche per la realtà più complessa del nostro vivere. È vero infatti che la linea del presente e dell'immediatezza deve incontrarsi con quella delle radici, della tradizione e della prospettiva (speranza, destino) in tutti i campi del nostro vivere. Perché poi, alla fine, un lavoro vero non può essere disgiunto dalla vita personale, allo stesso modo in cui la vita di un uomo non può essere distaccata dalla realtà del suo lavoro.