

## 31

I LIBRI CHE INSEGNANO  
A VIVERE MEGLIO

In lotta per la sopravvivenza tra l'oceano di parole della contemporaneità e l'aderenza a una missione idealista ancorata agli archetipi della buona pedagogia di massa. L'eterno dilemma d'identità della stampa italiana è il fil rouge delle novità editoriali

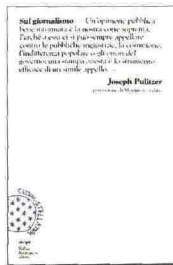


Sembrava ironico, invece era serissimo: la primavera scorsa, dopo un fatto calcistico sul quale un quotidiano sportivo aveva intrapreso una battaglia denigratoria, un noto giornalista si definì rallegrato che per una volta la stampa in Italia fosse riuscita a condizionare la realtà. Sembrava ironico, era lampante che lo fosse. Invece diceva sul serio. Non è che l'uomo delirasse, è che la stampa italiana vive un dilemma d'identità fra il proprio accidentato percorso nell'oceano di parole della contemporaneità e l'aderenza a una missione idealista ancorata agli archetipi della buona pedagogia di massa. In tutto questo, l'argomento del dovere di informazione lascia persino il tempo che trova, specialmente quando la necessità dell'opinione e le velocità letterarie continuano a condizionare i cromosomi di chi si avventura a costruire le colonne destinate il giorno dopo a incartare l'insalata.

Questo è il giornalismo italiano: un irresistibile richiamo all'interpretazione di una realtà sempre inferiore alle aspirazioni. Ma l'interpretazione non può prescindere dalla retorica, cioè da quell'armamentario di aguzzie strumentazioni che dà alla pagina quel qualcosa di preciso ed evanescente che crea il sapore di una prosa artistica. Per questo che il giornalismo italiano combatte da sempre una fiera battaglia da scrivania, esorcizzata talora dall'eroismo cocciuto di qualche seguace di Bernstein e Woodward, e non sempre con un lieto fine. Non a caso, a scorrere l'ultimo Meridiano Mondadori *Giornalismo italiano 1968-2001* (39 euro), curato da Franco Contorbia, la lista di epicedi annunciati (i Casalegno, i Tobagi, i Pecorelli), lasciati soli in un mestiere che da analitico si faceva angoscioso, si snoda accanto alle poche penne italiane godibili in un orizzonte plastificato da un linguaggio tanto modaiolo e superficiale (ma anche ca-

pace di guizzi e neologismi insostituibili). Ne scende che il giornalismo italiano nasce e vive prigioniero di tendenze opposte, élite e massa, colti e incolti, oggettività e moralismi, deplorazioni e ambizioni; la lingua ne rispecchia le strabiche direzioni, i giornalisti ne suppliscono le lacune frapponendovi il proprio ego, e il lettore ne plasma passivamente la gestualità. Di questo amletismo le terze pagine riflettono il procustiano tentativo di coniugare l'alto e il basso. Lo nota Giorgio Zanchini in *Il giornalismo culturale* (Carocci, 10 euro), individuandone le recenti isocline nella vocazione sperimentale, nel marketing degli allegati, nella concentrazione editoriale che mina l'autonomia dei recensori, nell'estinzione della critica militante, nella confusa nozione di cultura (Shakespeare e Croce assieme alle melanzane e ai cappelli), ed ecco un nuovo ritratto degli italiani. Aveva un bel dire Joseph Pulitzer invocando alti ideali, conoscenza dei problemi e responsabilità morale per sottrarre il giornalismo dagli interessi economici.

Il punto è che ogni conoscenza non può prescindere da un'empatia, e i giornali italiani o sono troppo pieni di sé o sono serpentinamente accondiscendenti. Ma Pulitzer (*Sul giornalismo*, Bollati Boringhieri, 10 euro) non voleva vedere che il giornalismo è un elemento della società, non qualcosa che lo riflette, e come tale ne subisce i mutamenti, le incertezze e le trappole. Dunque i giornali non possono guidarci nella comprensione del presente? No, secondo Mario Perniola (*Miracoli e traumi della comunicazione*, Einaudi, 10 euro): la frantumazione mediatica sta addirittura minacciando la credibilità degli storici, incapaci di costruire macrostorie del presente e sospettati di faziosità. Tutto questo per dire che i giornali incidono a tal punto sulla realtà da arrivare persino ad annullarla.



{ DI GIUSEPPE MARTINI }