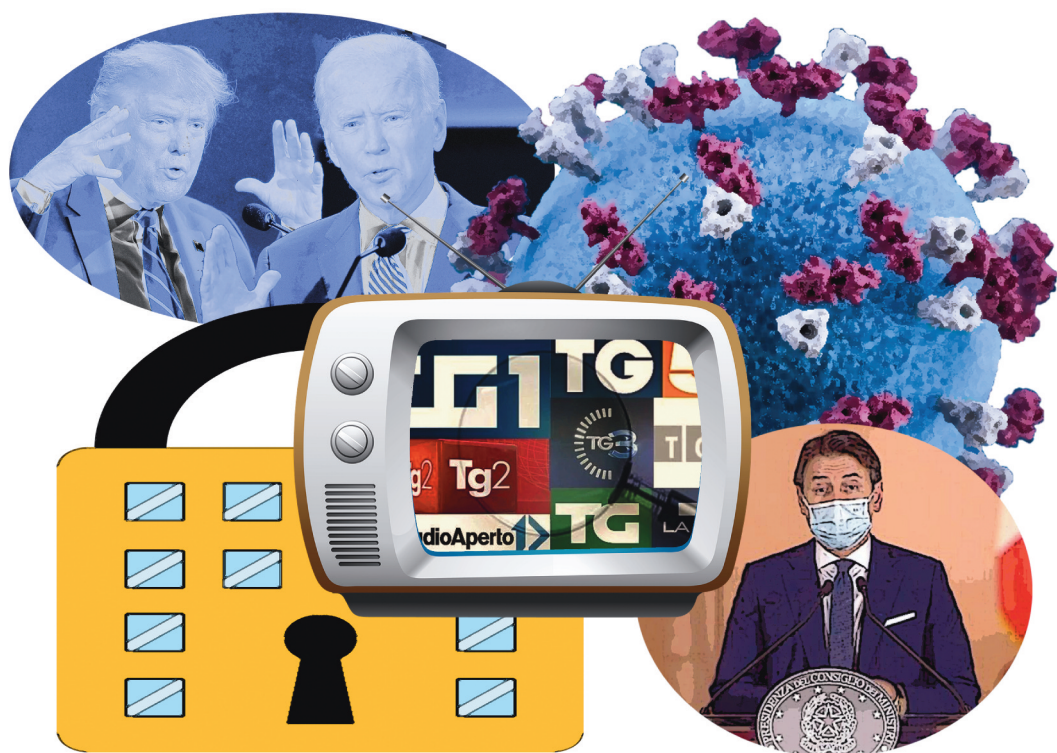


Il virus nell'informazione

I telegiornali italiani nell'anno della pandemia

a cura di **Christian Ruggiero**

Prefazione di **Gian Maria Fara**



DIPARTIMENTO
DI COMUNICAZIONE
E RICERCA SOCIALE



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

FrancoAngeli
OPEN  ACCESS



Il presente volume è pubblicato in open access, ossia il file dell'intero lavoro è liberamente scaricabile dalla piattaforma **FrancoAngeli Open Access** (<http://bit.ly/francoangeli-oa>).

FrancoAngeli Open Access è la piattaforma per pubblicare articoli e monografie, rispettando gli standard etici e qualitativi e la messa a disposizione dei contenuti ad accesso aperto. Oltre a garantire il deposito nei maggiori archivi e repository internazionali OA, la sua integrazione con tutto il ricco catalogo di riviste e collane FrancoAngeli massimizza la visibilità, favorisce facilità di ricerca per l'utente e possibilità di impatto per l'autore.

Per saperne di più:

http://www.francoangeli.it/come_publicare/publicare_19.asp

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio "Informatemi" per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

Il virus nell'informazione

I telegiornali italiani nell'anno della pandemia

a cura di Christian Ruggiero

Prefazione di Gian Maria Fara

FrancoAngeli
OPEN  ACCESS

Copyright © 2021 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore ed è pubblicata in versione digitale con licenza *Creative Commons Attribuzione-Non Commerciale-Non opere derivate 4.0 Internazionale* (CC-BY-NC-ND 4.0)

L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.it>

Indice

Prefazione , di <i>Gian Maria Fara</i>	pag.	7
Introduzione , di <i>Alberto Marinelli</i>	»	11
Riferimenti bibliografici	»	13
1. L'informazione televisiva "Covid-oriented": temi e narrazioni dei telegiornali italiani nel 2020 , di <i>Giovanni Brancato e Christian Ruggiero</i>	»	15
1.1. Introduzione: i temi del prime time nell'anno del Covid-19	»	15
1.2. Le "qualità" lessicometriche del corpus d'analisi	»	20
1.3. Le "parole chiave" del 2020	»	21
1.4. I mondi narrativi dell'informazione Tv	»	24
1.5. Le due ondate dell'informazione	»	27
1.6. Note conclusive	»	32
Riferimenti bibliografici	»	33
2. Informazione e Tg, la pandemia , di <i>Luca Baldazzi</i>	»	35
3. I Tg della crisi. Il flusso informativo mainstream dentro e oltre la pandemia: verso una strategia di conciliazione con i giovani , di <i>Mihaela Gavrilă</i>	»	45
3.1. Introduzione. La pandemia infesta la sfera pubblica mediale	»	45

3.2. L'informazione come risposta alla Crisi	pag.	46
3.3. Bambini, ragazzi, giovani: scegliere l'informazione per contrastare la "globalizzazione dell'indifferenza"	»	53
3.4. Conclusioni. La lezione dell'informazione tra salute individuale e salute della sfera pubblica del futuro	»	57
Riferimenti bibliografici	»	60
4. Prove di sostituzione tematica. Il topic mediale delle migrazioni nell'anno della pandemia, di Marco Bruno	»	63
4.1. Scenario	»	63
4.2. Immagini e opinioni sulle migrazioni	»	66
4.3. Il ciclo dell'attenzione e i principali frame	»	68
4.4. Politica, paure e prove di "sostituzione"	»	71
Riferimenti bibliografici	»	72
5. Informazione e pandemia: interviste a Piero De Chiara e Francesco Siliato, a cura di Luca Baldazzi	»	75
5.1. Introduzione	»	75
5.2. Intervista a Piero De Chiara	»	76
5.3. Intervista a Francesco Siliato	»	81
Postfazione, di Christian Ruggiero	»	87
Riferimenti bibliografici	»	92
Gli autori	»	93

Prefazione

di *Gian Maria Fara*

La pubblicazione di questo interessante lavoro sull'informazione televisiva "al tempo del Covid" rappresenta una buona occasione per trarre un primo bilancio sulla collaborazione, oramai triennale, tra il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale dell'Università La Sapienza e l'Eurispes, da cui è nata la condivisione dell'Osservatorio Tg.

L'esperienza è da considerarsi particolarmente valida in quanto coniuga una consolidata prassi di analisi quotidiana con la quale l'Osservatorio ha esordito nell'oramai lontano 2010, con il potenziale di approfondimento e di rielaborazione proprio di un importante Dipartimento universitario.

A partire dal 2019 la collaborazione ha prodotto, con cadenza trimestrale e semestrale, numerose ricerche sui flussi di comunicazione mainstream, ed in particolare sull'informazione della Tv generalista. È proseguita, inoltre, la pubblicazione sui magazine dell'Istituto dei report settimanali che hanno permesso di intercettare "in tempo reale" i trend di una offerta informativa che nelle serate davanti alla Tv raggiunge tra i 15 e i 23 milioni di cittadini, confermando dunque la centralità che anche ai tempi della rete un "vecchio" medium come la Tv ha mantenuto.

Queste attività hanno ottenuto un'ampia diffusione sia in rete sia nella carta stampata, a dimostrazione della utilità di strumenti scientifici che innalzino il dibattito sulla comunicazione dal livello spesso sterile e avvulente prodotto dalle contrapposizioni della politica.

Il lavoro, che fotografa l'ultimo anno della comunicazione, si compone di diversi contributi: il saggio di Christian Ruggiero e di Giovanni Brancato su un anno d'informazione televisiva al tempo del Covid; il capitolo curato da Marco Bruno sulle tematiche relegate in secondo piano dalla inevitabile attenzione all'epidemia; l'analisi di Luca Baldazzi sulla crescita dei "numeri" dell'informazione di prime time; il saggio di Mihaela Gavrilă sull'impatto delle restrizioni e del coprifuoco sui consumi medialî dei piú giovani. Infine, il lavoro presenta due approfondimenti realizzati attraverso interviste a Francesco Siliato e Piero De Chiara, incentrati sul possibile consolidamento dei nuovi trend di consumo ad opera del Servizio Pubblico.

Vorrei a questo punto contribuire alla riflessione collettiva con una mia personale valutazione. Se l'informazione dei Tg delle reti generaliste ha seguito adeguatamente il dramma del Covid, informando correttamente e responsabilmente una platea di teleutenti cosí accresciuta nei numeri, è nel "prodotto talk show" che si sono raggiunti volumi di comunicazione spropositati, totalmente incentrati sulla pandemia.

A questo riguardo è necessario segnalare che molto spesso per i talk si deve parlare, piú che di informazione, di infotainment. Nulla da eccepire, se non fosse che per due aspetti potenzialmente problematici.

Il primo è che protagonisti dei talk show sono in massima parte giornalisti chiamati a "rispondere", piú che a far domande, spesso senza una specifica preparazione tecnica e "a prescindere" dal potenziale valore delle loro dichiarazioni. Ció avviene perché il "prodotto" talk necessita per la sua stessa natura "industriale" di presenze plurime e reiterate che – sarebbe corretto fosse esplicitato – sono organizzate da apposite agenzie che gestiscono logisticamente ed economicamente le presenze dei giornalisti delle rispettive "scuderie", finendo col predeterminare dall'esterno lo svolgimento dei dibattiti. Non sembri irrispettoso definire buona parte delle presenze in studio come delle prestazioni artistiche (da mattatori o figuranti, non importa) che hanno a che fare relativamente poco con la funzione del giornalista. Questo trend, presente da anni, è stato rafforzato in epoca Covid, e in qualche misura ha interessato anche le presenze di scienziati, clinici e virologi: come dire: il meccanismo "industriale" è lo stesso, anche quando cambia la "materia prima".

Il secondo aspetto è relativo alla particolare rilevanza sociale che la

comunicazione assume di fronte a una tematica così drammaticamente impattante sull'intera cittadinanza. In questo quadro il sovraccarico cognitivo (*information overload*) di cui si è spesso parlato per il consumo della rete, si manifesta anche nell'offerta televisiva, con il risultato di rischiare di inibire la lucidità necessaria per le scelte e i comportamenti individuali. Torna alla mente l'apologo dell'Asino di Buridano: un sovraccarico di comunicazione rischia di confondere.

Presentando questo lavoro, mi permetto di segnalare per il futuro all'Osservatorio CoRis-Eurispes questa possibile linea di approfondimento che trae origine proprio da quanto si è manifestato nell'ultima stagione in relazione all'epidemia.

Introduzione

di *Alberto Marinelli*

Per il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale la ricerca sull'informazione televisiva rappresenta una consolidata tradizione di studio: fin dalla metà degli anni Novanta, con le prime ricerche dell'Osservatorio *Mediamonitor Politica*, una parte della nostra comunità di ricercatori e ricercatrici ha indagato le trasformazioni del rapporto tra media e sfera pubblica, concentrandosi sull'ingresso della *media logic* nei rituali e nelle prassi della politica. Il percorso tracciato in quegli anni ha attraversato, interpretandoli, i principali snodi evolutivi del sistema dei media, e si è soffermato in particolare sugli impatti prodotti dal reciproco modellarsi dell'innovazione guidata dalle tecnologie digitali e delle mutate pratiche socioculturali dei pubblici. Alcune di queste letture sono state prodotte nel quadro del PRIN 2007 "Contro la comunicazione politica. Ripensare la partecipazione nell'età dei vecchi e nuovi media" (Cioni, Marinelli, 2010; 2014), arrivando a considerare gli impatti di questo cambiamento sulle pratiche di cittadinanza.

Nell'assetto allora radicalmente nuovo, e dall'equilibrio instabile, dello *skyline* mediale si avviava la dialettica relazione tra i mainstream e i digital media, le cui *affordances* sociotecniche avrebbero presto ridefinito i modelli della partecipazione nell'intersezione tra spazi fisici e connessi. Così, mentre la televisione diveniva parte integrante del processo politico favorendo la personalizzazione dei confronti elettorali e la popolarizzazione del dibattito pubblico, guadagnavano progressivamente centralità le tecnologie e gli ambienti digitali, luoghi in cui si manifestavano i segnali di un ritorno alla partecipazione delle generazioni più giovani. I *networked publics* (boyd, 2008) aggregati

dai social media esprimevano un nuovo senso del collettivo, e poco o nulla avevano a che vedere con le categorie e i comportamenti di consumo ed engagement delle tradizionali audience della politica. La comprensione delle dinamiche di attivazione di questi pubblici, e le interazioni tra mainstream e digital media, costituiscono ancora oggi lo sfondo su cui si muovono gli studi su comunicazione/informazione e politica.

In questo scenario in evoluzione il medium televisivo e le pratiche di tele-visione non hanno perduto centralità, né si è assistito alla più volte annunciata “fine del medium”; al contrario, le modalità di *connected viewing*, abilitate dalla moltiplicazione degli schermi da cui fruire, di norma senza soluzione di continuità, di contenuti informativi e di intrattenimento, rappresentano oggi una prassi consolidata e diffusa di consumo (Andò, Marinelli, 2018). La persistenza della spettatorialità televisiva “classica” può tuttavia riaffiorare in modalità impreviste, e muoversi in apparente controtendenza e riscoprendo stili più tradizionali di visione, in condizioni eccezionali: è il caso dell’ultimo anno vissuto in una emergenza sanitaria di scala globale, un evento di cui nessuno di noi aveva avuto esperienza in passato. Nello spazio discorsivo dischiuso dall’irruzione della pandemia sono emerse ritualità al contempo nuove e “antiche”: penso alla consuetudine dell’ascolto dei bollettini informativi della Protezione Civile, soprattutto durante il lockdown della primavera 2020; oppure alle dirette Facebook delle conferenze stampa del Presidente di Consiglio, che seppure ospitate da una piattaforma social, e capaci di attivare *reactions* e commenti, sollecitavano per lo più una fruizione e un ascolto di carattere tradizionale. E proprio per questo motivo irrompevano di prepotenza nei palinsesti della televisione tradizionale. In questi casi, esattamente come nelle pratiche di manifestazione di un collettivo minacciato che provava a riscoprirsi solidale (i canti dai balconi), ci troviamo dinanzi alla pressione di un evento esterno la cui forza è tale da *imporre* il recupero di una pratica capace di produrre rassicurazione.

La Tv come mezzo con funzione di *certificazione* e la tele-visione come pratica collettiva e ritualizzata hanno funzionato ancora come filtri capaci di ridurre una complessità di portata inedita e orientare i cittadini/pubblici: è in questo senso che dobbiamo leggere il rapido radicarsi di consuetudini di consumo quotidiano di notizie, dall’ascolto pomeridiano degli aggiornamenti sui dati validati dei contagi al

racconto dell'evoluzione pandemica da parte degli esperti, fino all'indicazione dei comportamenti utili e sicuri da tenere, distribuiti anche in format e contenitori di intrattenimento. Nelle lunghe giornate trascorse in casa non ci si è rivolti alla Tv per riempire un tempo lasciato vuoto dalla rarefazione delle normali attività quotidiane. Piuttosto, si è cercato di recuperare e ricostruire il *sens*o di quanto stava investendo le nostre società. Di sfuggire, attraverso la riaffermazione di un legame collettivo percepibile anche nelle forme della *comunità immaginata* delle audience in ascolto, al rischio che il distanziamento fisico divenisse isolamento sociale.

In questa funzione la televisione tradizionale – quella organizzata in canali e palinsesti – ha svolto un ruolo molto rilevante, complementare a quello dei servizi di video streaming (Netflix, Amazon, Disney+). Per molti spettatori la scoperta delle pratiche di *binge watching* ha svolto una funzione sostitutiva rispetto ad altre forme di intrattenimento e ha contribuito a riempire il tempo che obbligatoriamente abbiamo dovuto trascorre in casa. Allo stesso tempo, gli appuntamenti ritualizzati con l'informazione televisiva hanno contribuito a mantenere quel legame con il “noi”: con il paese e i suoi governanti, investiti di straordinarie responsabilità decisionali; e anche con la rappresentazione mediale di quell'impegno condiviso da tutti i cittadini, nel rispetto delle norme e nella civiltà dei comportamenti collettivi, che ha posto le condizioni per poter uscire dall'emergenza.

Riferimenti bibliografici

- Andò R., Marinelli A. (2018), *Television(s). Come cambia l'esperienza televisiva tra tecnologie convergenti e pratiche social*, Milano, Guerini.
- boyd d. (2008), *Taken out of Context. American Teen Sociality in Networked*, Ph.D. Dissertation, University of California, Berkeley.
- Cioni E., Marinelli A. (2010), *Le reti della comunicazione politica: tra televisioni e social network*, Firenze, FUP.
- Cioni E., Marinelli A. (2014), *Public Screens. La politica tra narrazioni mediiali e agire partecipativo*, Roma, Sapienza Università Editrice.