

Cos'è l'informazione indipendente? Perché sta avendo in Italia un vero boom?

Inchiesta

di
Anna Pizzo

Intervistati

Anche i grandi media vanno cercando le voci del «movimento». In generale, sempre le stesse, che si possono contare sulle dita di una mano. A quattro dei più intervistati Carta ha chiesto di dire com'è il loro rapporto con giornali, televisioni e giornalisti.

Radio comunitarie, mediattivismo, informazione antiliberalista. Sono alcune delle definizioni che segnalano che si è entrati nella zona della comunicazione indipendente. Non è nata a Genova, durante le giornate della protesta contro il G8, ma ha avuto in quella occasione il suo battesimo; è indipendente perché non ha un padrone ma anche perché non è subordinata alle regole ferree del mercato editoriale, benché non possa ignorarle. Spazia nell'etere e nella rete, ma deve fare i conti anche con le dure leggi della distribuzione nelle edicole e nelle librerie. Conta almeno un quotidiano, il manifesto [ma ci sono anche i quotidiani dei partiti di sinistra, Liberazione e L'Unità], un settimanale, Carta, alcune riviste, tra le quali il quindicinale bolognese Zero in condotta e il trimestrale Marea, molti giornali cittadini e di strada, un numero elevato di radio, un numero imprecisato di siti, qualche agenzia di stampa e perfino una televisione di quartiere. La sesta puntata della nostra inchiesta sul multiforme e mutante

«movimento dei movimenti» è andata a visitare alcuni di questi laboratori mediatici per vedere come si vive in tempi di monopolio informativo e cosa si può fare per rafforzare un progetto di comunicazione che, sempre di più, ha direttamente a che fare con la democrazia.

Clementina Villani ha dato vita, nell'autunno del 2000, ad **Altremappe** [www.altremappe.org], insieme a un'area di studenti e di centri sociali di Roma. «Il punto di partenza è stata la necessità di comunicare l'attività dei quartieri, in una città dove la comunicazione indipendente manca. Subito dopo è successo di tutto: c'è stata Genova, dove abbiamo sostenuto un peso che non ci aspettavamo e, di recente, la Palestina. Per tutti è stato evidente che i media indipendenti sono stati una fonte importante anche per i media ufficiali e che siamo riusciti a diffondere contenuti che altrimenti sarebbero stati ignorati: la violenza, il rispetto dei diritti, la diplomazia dal basso. Un lavoro, il nostro, esclusivamente volontario: finora ci siamo mantenuti vendendo sangria alle feste. Siamo una decina ma ce la facciamo grazie all'aiuto di molti collaboratori. Come rafforzare la comunicazione indipendente? Realisticamente, finora le cose hanno funzionato bene nei momenti dell'emergenza, ma dobbiamo costruire un reticolo più stabile, una voce non uniforme ma ricca di differenti punti di vista».

Intervistato 1: Piero Bernocchi

«Anche più che nel '68 e nel '77, l'atteggiamento dei media è oggi superficiale e sensazionalistico e poco utile a capire i movimenti. Credo che la visibilità che ho cercato sia stata moderata e mai 'viziata' da frasi a effetto. Tanto che, dai media, esce sostanzialmente il mio essere Cobas. Chi punta sul clamore lo fa consapevolmente perché ormai tutti conosciamo bene i meccanismi della informazione e sappiamo come 'favorire' lo scoop che i giornali amano. Quanto alla annessa questione su chi usa chi, penso si tratti di un braccio di ferro che vede, ovviamente, i media in una posizione di vantaggio. L'importante è non farsi travolgere, non mettersi in scia, anche se il rischio di farsi divorare c'è sempre. Lasciamo perdere gli errori passati e pensiamo al futuro, nel quale io vedo una rotazione di coloro che devono parlare ai media e una nostra rete di informazione, che già ha cominciato a mostrarsi con Radio Gap o voi di Carta. Non una comunicazione alternativa perché devi mettere in conto che sui media ufficiali devi andare, ma uno strumento indispensabile per ridimensionare il loro peso».

Ha quasi quattro anni di vita **Unimondo** [www.unimondo.org] un sito che nasce nel '98, anniversario della dichiarazione universale dei diritti umani. Nel '99 diventa nodo di OneWorld Online, una comunità internazionale di 1.300 Ong. In Italia ci lavorano nove redattori retribuiti più una ventina di volontari, spiega **Jason Nardi** che coordina la redazione: «Rispetto alle esperienze nel mondo, il nodo italiano è il più 'movimentista' – dice – Quanto al futuro della co-

Intervistato 1: Piero Bernocchi

«Anche più che nel '68 e nel '77, l'atteggiamento dei media è oggi superficiale e sensazionalistico e poco utile a capire i movimenti. Credo che la visibilità che ho cercato sia stata moderata e mai 'viziata' da frasi a effetto. Tanto che, dai media, esce sostanzialmente il mio essere Cobas. Chi punta sul clamore lo fa consapevolmente perché ormai tutti conosciamo bene i meccanismi della informazione e sappiamo come 'favorire' lo scoop che i giornali amano. Quanto alla anosa questione su chi usa chi, penso si tratti di un braccio di ferro che vede, ovviamente, i media in una posizione di vantaggio. L'importante è non farsi travolgere, non mettersi in scia, anche se il rischio di farsi divorare c'è sempre. Lasciamo perdere gli errori passati e pensiamo al futuro, nel quale io vedo una rotazione di coloro che devono parlare ai media e una nostra rete di informazione, che già ha cominciato a mostrarsi con Radio Gap o voi di Carta. Non una comunicazione alternativa perché devi mettere in conto che sui media ufficiali devi andare, ma uno strumento indispensabile per ridimensionare il loro peso».

Intervistato 2: Vittorio Agnoletto

Quale rapporto con i grandi media? «Ci ho riflettuto a lungo, anche in seguito ad un confronto dialettico con voi di Carta. Credo che questo movimento sia in grado di costruire egemonia culturale nella società perché attorno a un nucleo per così dire più 'militante' c'è l'attenzione di milioni di persone. Dobbiamo cercare di essere il meno autocentrati e il più attenti possibile alla diffusione delle nostre proposte. Dobbiamo smetterla di pensarci come un'avanguardia e avere la capacità di parlare a quelli diversi da noi».

Tu sei uno dei più «gettonati»: pensi che sia stato il movimento a usare i media o viceversa? «Credo che per ora abbiamo vinto ai punti e i tentativi, e ce ne sono stati, di 'governare mediaticamente' il movimento sono falliti. Si è tentato di trasformare le differenze in conflitti, e i conflitti in violenza; questioni sulle quali, per fortuna abbiamo ragionato a lungo e quindi non siamo caduti nella trappola. Penso che, comunque, il rapporto con i media è un problema sul quale il movimento è culturalmente impreparato. I media sono sempre alla ricerca della notizia urlata e a volte noi li asseconiamo, sia nel linguaggio che nelle forme. Quando ci vogliono rappresentare come animali da circo dobbiamo sottrarci, e lo abbiamo fatto, anche se sono pur sempre un grande veicolo di diffusione delle nostre idee. Quanto a me, hanno setacciato la mia vita personale, ma quello che più mi ha ferito è stata la rappresentazione caricaturale, non rispettosa della mia storia, del mio lavoro».

Intervistato 3: Francesco Caruso

La tua parte, nella com/media, è quella dell'estremista incontrollabile. Per questo i media ti hanno adottato? «Anche perché non c'era mai stato, nel movimento napoletano, un rapporto laico con la stampa, ma solo chiusura. Io sono stato un ponte. Se mi fa piacere? Sì e no. Sì perché si ha la possibilità di trasmettere le proprie idee, no perché in ogni caso si viene manipolati e perché finisci nel centro di un gorgo. Non è un caso che sono stato denunciato e poi anche licenziato. E poi, parlare sui media in alcuni momenti è facile, in altri difficile ed è anche difficile sottrarsi. C'è un solo modo: tacere, ma si paga un prezzo. Devi scegliere: o ti sporchi le mani e sei nella logica della personalizzazione oppure stai fuori perché un equilibrio è impossibile. Quanto alla questione 'chi usa chi', credo di aver poco a poco affinato gli strumenti e di saper giocare meglio, anche se in questo meccanismo si prendono grosse sbandate. Ci vuole esperienza e cultura, che però si acquisiscono solo sporcandosi le mani e, quindi, anche sbagliando».

Intervistato 4: Luca Casarini

I giornalisti ti corrono dietro, e tu? «Il rapporto con i media ufficiali è un terreno obbligato: ho capito come funzionano e sono convinto della necessità di comunicare a quante più persone possibile. Però è un campo di battaglia. I media hanno con me un rapporto di marketing: hanno costruito un personaggio che si vende. Diverso è il rapporto con alcuni giornalisti, che è anche di complicità: qualcuno mi avverte perfino delle trappole preparate per me in una trasmissione, altri si lamentano perché i loro articoli dicono una cosa e i titoli un'altra. Nella società della comunicazione, se siamo una notizia siamo una merce. È chiaro che, quindi, siamo sempre perdenti, disarmati. Il sistema è Matrix, ma quale spazio pubblico! C'è un'altra possibilità? Certo che c'è e infatti stiamo pensando a forme indipendenti. Ma la domanda è: come facciamo a parlare a un milione di persone? E sarebbe giusto rinunciarvi perché le condizioni ci sono sfavorevoli? E ancora: noi abbiamo le professionalità giuste, ma come riuscire a connettere i nostri media? In questo gioco impari, anche io gioco le mie carte e alcune delle cose che dico le dico intenzionalmente, consapevolmente. Sì, anche quella sul Forum europeo, perché sono stanco dell'ipocrisia e del manierismo di un certo rapporto con il potere. Se la manifestazione di Genova fosse andata diversamente... invece eravamo una straordinaria moltitudine che ti fa venir voglia di osare e di essere coerenti con se stessi».