VITA NUOVA, 22 APRILE 2016

Ultimo incontro programmato dall'UCIIM

Le otto tappe del viaggio dell'informazione dalle agenzie ai quotidiani: ma ora si aggiungono *blogger* e *web*

Venerdì 15 aprile, presso il Liceo "Dante" di Trieste, si è concluso il ciclo di incontri formativi organizzati dall'U.C.I.I.M con l'intervento di Laura Capuzzo su "I meccanismi dell'informazione".

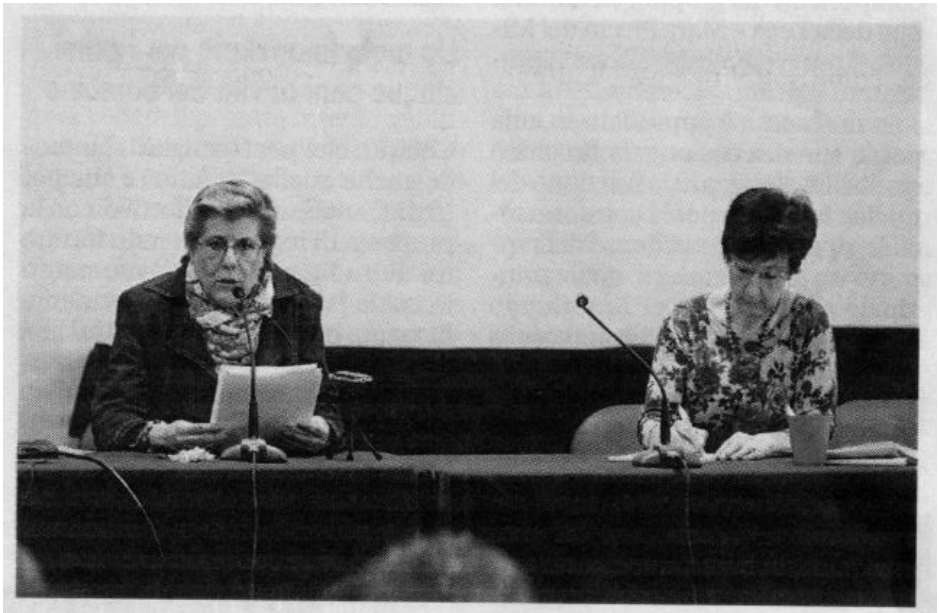
La giornalista Capuzzo ha lavorato all'ANSA per trent'anni durante i quali ha potuto conoscere in modo approfondito il "viaggio" dell'informazione dalle agenzie ai quotidiani. Viaggio che ripercorre in aula, passo per passo, scomponendolo in otto tappe principali.

1) Accade un evento. 2) Esso è "catturato" dal giornalista di agenzia che lo seleziona perché ritiene che possa rivelarsi interessante per il pubblico. 3) Il giornalista ne fa un resoconto semplice, immediato e "basico", ovvero in grado di soddisfare tutti i vari soggetti abbonati all'agenzia di stampa (giornali di diverso indirizzo politico, tv, radio). 4) La notizia a questo punto è pronta per essere inserita nel circuito della comunicazione: essa viene trasmessa dalla sede periferica alla sede centrale dell'agenzia romana che ha funzione di controllo dell'attendibilità dell'informazione. 5) Si procede con la diffusione della notizia che viene distribuita ai soggetti abbonati. 6) Una volta arrivata in redazione, la notizia può essere utilizzata in modo diretto o indiretto, ovvero può essere riportata tale e quale(in tal caso correttezza vorrebbe che si riportasse la sigla dell'agenzia di stampa o la firma del giornalista di agenzia, se questa compare) o può essere rielaborata e trasformata in articolo. In quest'ultimo caso il giornalista riformula il "lancio" d'agenzia, arricchendolo con approfondimenti e commenti personali che presentano la situazione da un particolare punto di vista. 7) Alla scrittura dell'articolo, segue l'impaginazione. La disposizione e la struttura degli articoli influenzano fortemente il processo comunicativo. Infatti mentre i commenti e le riflessioni del giornalista "agiscono sulla coscienza", la presentazione topografica della notizia "agisce a livello del subconscio o addirittura dell'inconscio" spiega la dott.ssa Capuzzo. L'articolo in prima pagina, di spalla o di centro testo... un titolo completo o privo di occhiello e sommario... la presenza di foto, la scelta del carattere e della lunghezza del testo: sono tutti giochi grafici che incidono sulla veicolazione dell'informazione. 8) L'ultima tappa del processo è la diffusione della notizia al pubblico.

Oggi assistiamo a un forte cambiamento del percorso dell'informazione. Le agenzie di stampa, che una volta erano considerate gli unici organi di reperimento e di trasmissione delle notizie, ovvero i mediatori tra il "fatto" e i "mezzi di comunicazione", devono ora confrontarsi con nuovi concorrenti emergenti: i giornalisti *freelance*, i *blogger*, il *web*.

Se da un lato appare evidente il vantaggio della tempestività e immediatezza dell'informazione online, dall'altro emerge una grave criticità: la veridicità e attendibilità delle notizie reperite sul web.

È fondamentale dunque, sottolinea con enfasi la dott.ssa Capuzzo, educare alla lettura critica dei giornali, alla codifica e decodifica della notizia che deve essere verificata e analizzata accuratamente per comprenderne le scelte editoriali che, spesso, nascondono significati latenti rintracciabili solo se si possiedono determinati strumenti tecnici e culturali.



Il confronto tra giornali diversi è un lavoro fortemente educativo che andrebbe fatto in tutte le scuole per sviluppare nei giovani un solido spirito critico che gli permetta di cogliere le differenti interpretazioni del medesimo fatto e di discernere in modo più libero e consapevole a quale fonte informativa attingere.

In questo modo è possibile garantire la "libertà di informare" senza ledere il "diritto ad essere informati".

Anna Cannistraro
foto di Andrea Lasorte