



## : L'EDITORIALE

DI GIUSEPPE MARCHETTI TRICAMO

# Solitudini

**D**edico qualche momento di un pomeriggio di primo autunno alla stesura di questo editoriale. Il televisore è acceso. Il volume è discreto. So che non mi distrarrà. Anzi, conto che mi faccia compagnia. Non disturberà neppure i vicini benché a quest'ora un tono un po' più alto non creerebbe disagio o fastidio. Immagino che in molti siedono davanti al piccolo schermo per riempire il vuoto che c'è intorno e il senso di solitudine, di precarietà di sgretolamento del tessuto sociale. Oggi, c'è un abuso del termine sociale, social, socialità. Ma quasi sempre è una parola astratta, liquida. Un vocabolo presente in rete ma assente nella vita reale. Spesso, nella quotidianità, non troviamo nulla di tangibile da condividere con il prossimo: sentimenti, emozioni, ideali, ragionamenti e neppure la nostra città e il nostro quartiere. Invece, nell'irrealtà virtuale dei social-network è sufficiente un clic per mettere in comune anche l'inaccettabile. Ma il vuoto resta e diventa disorientante rischiando di mutarsi in trauma. "Stiamo vivendo al più alto tasso di solitudine della storia umana ed è un dato che si riscontra in tutto il pianeta" (Tim Smith, sulla rivista *Perspectives on Psychological Science*). I contatti tradizionali si sono smaterializzati. Succede anche per i luoghi di incontro. Non ci sono più "quelli di una volta" dove si intrecciavano molteplici forme di socialità (Maurizio Maggiani, *Il romanzo della Nazione*, Feltrinelli). Le città ti escludono e ti dimenticano. In esse c'è chi, lui stesso cittadino invisibile chiuso nel suo privato, non si accorge che il proprio vicino merita considerazione e l'abbandona con indifferenza alla sua solitudine. Indicativo il caso della professoressa Maria Carmela Privitera di Roma: nessuno dei condomini si era accorto che da due anni non dava segni di vita. La sua morte solitaria, in un palazzo – cinque appartamenti per cinque piani – nel quartiere Ponte di Nona, è stata un oltraggio all'umanità.

Quella della televisione è una compagnia attesa, cercata. Ci riescono reti e canali a riempire il vuoto? E lui, il telespettatore che non ha altri impegni da preferire, sarà soddisfatto? Lui che affida fiducioso buona parte della sua giornata ai palinsesti sarà ripagato con la medesima attenzione? Sarà l'informazione a dare appeal ai *broadcasting* e un po' di brio allo spettatore? Quell'informazione che deve raccontare gli avvenimenti con onestà, sforzandosi di essere obiettiva, fatta da giornalisti che devono ubbidire esclusivamente alla propria coscienza, interlocutrice scomoda ma illuminata. Sono questi i punti essenziali delle regole suggerite da Indro Montanelli a Roberto Gervaso in occasione del loro primo incontro nella casa del maestro affacciata sulla fon-

tana di Bernini a piazza Navona. Fu "una lezione severa e impegnativa" fatta propria da Gervaso con umiltà e orgoglio. "Umiltà verso il lettore. Orgoglio per averlo servito" (Roberto Gervaso, *Ho ucciso il cane nero*, Mondadori). Ammonimenti fondamentali per tutti i giornalisti, a prescindere dal mezzo di comunicazione. Ma la percezione della notizia, invece, non è la stessa se diffusa attraverso un giornale a stampa, un telegiornale, un giornale radio o una testata internet. Muta l'impatto e l'effetto, ma sempre e comunque l'umore e le idee del pubblico ne vengono influenzati. I media sono ormai per tutti noi dei partner onnipresenti (Enrico Cheli, *Difendersi dai media, senza farne a meno*, La Lepre) e scagliano sullo spettatore tantissimi piccoli frammenti, milioni di impulsi e un circuito di immagini che gli entra dentro (Herbert Marshall McLuhan in una vecchia intervista a Empedocle Maffia del Gr1 Rai). In particolare, la condizione di solitudine fa nascere un'esplicita empatia tra cittadino e televisione influenzando sulla sua sfera emotiva. Una bella responsabilità soprattutto per la televisione pubblica, che deve essere credibile e affidabile (anche se è tramontata la frase "l'ha detto la tv" un tempo attestazione di verità assoluta) e che da sempre si dibatte tra il suo ruolo di servizio pubblico e la competitività di mercato.

I pomeriggi televisivi (ma non è loro esclusivo privilegio) vengono confezionati, ibridando spettacolo e informazione, con personaggi in declino transumanti da una trasmissione all'altra, e, nella convinzione che le notizie negative fanno maggiore audience delle buone, vengono inzeppati di sofferenze, di dolore vero e di dolore drammatizzato, di truculenti fatti di cronaca nera con dettagli agghiacciati che diventano appuntamenti seriali. Ma le brutte notizie non sono adatte per lenire la solitudine perché creano o aggravano l'ansia, la depressione e lo stress. Ben vengano allora le iniziative di trend opposto come la rubrica "Tutto il bello che c'è" del Tg2 (curata da Maria Grazia Capulli e Silvia Vaccarezza) e dedicata a ciò che di positivo succede in Italia. Controcorrente anche il *Corriere della sera* che, nella sezione "sociale" della versione digitale, ospita il blog multi-autore "Buone notizie", sul quale, noi che amiamo i libri, leggiamo con piacere la nota di Tiziana Pisati che riferisce del progetto "Leggere ti fa bella" lanciato dai saloni beauty partner Davines che chiedono alle clienti di portare (in cambio di un buono-acconciatura) un libro già letto da destinare a un riutilizzo solidale. Anche se, come diceva Italo Calvino, "la lettura è solitudine: si legge da soli anche quando si è in due", è la solitudine più affollata che conosciamo.