

IL CASO MORO

Dal Gr2 del 16 marzo 1978, ore 9.15

“Gentili ascoltatori, siete collegati con la redazione del Gr2. Interrompiamo le trasmissioni per una drammatica notizia che ha dell’incredibile e che anche se non ha trovato finora conferma ufficiale, purtroppo sembra sia vera. Il Presidente della Democrazia Cristiana, On. Aldo Moro, è stato rapito poco fa a Roma da un commando di terroristi. L’inaudito, ripetiamo, incredibile episodio è avvenuto davanti all’abitazione... I terroristi avrebbero sparato contro la scorta... avrebbero poi caricato a viva forza l’On. Moro e si sarebbero allontanati... (segue promessa di altri collegamenti). C’è da aggiungere che la scorta dell’On. Moro era composta da cinque agenti. Sarebbero tutti morti. A risentirci più tardi”.

Quella che gli Italiani ascoltano quella mattina è la voce rotta dall’emozione di Cesare Palandri.

Le informazioni avute dal Gr2 sono di prima mano.

Giorgio Chiecchi, un giornalista del Gazzettino di Roma che abita in un palazzo in via Mario Fani, ha visto tutto dalla finestra di casa, e ha telefonato al Direttore del Gr2, Gustavo Selva¹. Tentando di avere le prime conferme ufficiali, il Direttore chiamò senza successo il Viminale. Ma a quel punto le sirene della polizia comin-

ciano a passare a decine sotto la redazione del Gr, allora in via del Babuino. Selva non ha più dubbi e autorizza quella prima incredibile messa in onda.² La prima agenzia sul rapimento venne battuta alle 9.28 dall'Agenzia Giornalistica Italia.

LA NOTIZIA

Il giornalismo occidentale produce le proprie notizie seguendo regole ben stabilite.

La notizia è considerata tale se si pone come novità e rottura rispetto a una normalità e a un ordine.

Tuttavia, perché un evento diventi notizia non è sufficiente che esso sia scaturito dalla rottura casuale di un precedente ordine costituito.

La testata giornalistica che ben conosce ciò preferisce tenere particolarmente d'occhio luoghi dove sa che più facilmente si possono generare delle notizie. Da questa constatazione deriva che i luoghi che il giornalismo tiene d'occhio in modo privilegiato sono soprattutto tre: il mondo politico, quello dello spettacolo (compreso lo sport) e quello della devianza (la cronaca nera). Accanto a essi, gli altri, di volta in volta, acquisiscono spazio a seconda delle circostanze ma normalmente è ai tre sopra ricordati che si deve un'attenzione costante e continuativa.

Si possono dunque considerare tre tipi di notizie: quelle politiche; quelle dello spettacolo (e sport); quelle di cronaca nera. Cronaca e politica sono le cosiddette "notizie classiche", poiché creano il cuore del giornale da quando esiste la stampa. Quelle attinenti allo spettacolo e allo sport sono state introdotte dalla nascita dello star system

hollywoodiano e dalla esplosione della cultura di massa nel secondo dopoguerra con la conseguente affermazione del divismo italiano. Da allora, anche nei giornali nazionali il mondo dello spettacolo ha fatto notizia. Si è inoltre verificato il fenomeno della permeazione di altre parti del giornale da parte del linguaggio dello spettacolo. Chiunque legga un quotidiano o segua radio e tv risulta immerso in un universo contrassegnato dalla cultura di massa e dai suoi generi più seguiti: il western, il poliziesco, il giallo, il film di guerra.

La nostra è la società dello spettacolo e chi vuole oggi fare politica – ma anche chi voglia fare del giornalismo – non può non tenerne conto.

Le sue parole, le parole che scriverà, verranno infatti lette e decifrate in un contesto di messaggi interamente dominato dalla cultura di massa dei generi di spettacolo.

Di regola, le notizie politiche e di cronaca si differenziano perché le prime hanno per oggetto i rappresentanti della classe dirigente nelle loro funzioni pubbliche mentre la seconda i membri devianti della società, spesso appartenenti a classi inferiori, presentati nella loro veste di privati che hanno infranto l'ordine sociale esistente con i loro crimini.

I politici perciò vengono di solito rappresentati come figure del tutto positive a simbolo di una società che funziona e progredisce grazie anche alla loro azione. Questa immagine rappresenta quindi l'archetipo dell'informazione politica. I protagonisti della cronaca nera invece sono sempre dipinti come figure sociali rappresentanti il male e il disordine.

In definitiva, si evince che il massimo rilievo di una notizia si ha se simboleggia la pubblica opera del politico (come discorsi programmatici, accordi di governo o approvazione di leggi), oppure se simboleggia la rottura

dell'ordine costituito a causa di pazzi criminali o tramite delitti efferati (rapine, omicidi).

Tutti i media, quotidianamente, ci danno un impasto di questo tipo di informazioni.

Bisogna anche considerare però che l'informatore ha la facoltà di cambiare i ruoli dei personaggi: può relegare in cronaca nera un politico e fare di lui un criminale. Naturalmente, un tale cambiamento viene a rivestire una maggiore importanza se accade eccezionalmente. Infatti, tutto ciò che accade nell'ambito delle tecniche di informazione di massa deve tenere conto che la logica della notizia è esattamente la stessa di quella dello spettacolo. È comprensibile quindi come i mass media "brucino" i personaggi, non essendo facile tenere gli occhi puntati per lungo tempo su uno solo di loro. Le storie, come nelle serie statunitensi, si esauriscono.

Ci sono tuttavia notizie eccezionali dove i ruoli normalmente separati si trovano mescolati più che in ogni altro tipo di notizie. Si ha così il massimo della devianza e della rottura rispetto all'ordine preesistente.

La notizia in TV

La presenza ineluttabile della Televisione nel dramma-ludus della notizia sembrerebbe attualizzare tematiche care a François Truffaut e a Sidney Lumet (*Fahrenheit 451* e *Quinto Potere*) – parlando di cinema – a George Orwell (1984) per parlare di letteratura.

Esse sono infatti tutte riconducibili alla concezione apocalittica inaugurata da Horkheimer, Adorno e Marcuse, basata sulla onnipotenza della massificazione totalitaria dei media. Il fatto che questi si definiscano come "industria" e siano quindi legati a leggi economi-

che e di marketing non garantisce il pubblico da effetti massificanti. Tutt'altro: la previsione dei feedback dei telespettatori serve solo a efficientizzare al massimo lo sfruttamento del target, individuando nel pubblico la peculiarità di ogni singola attesa già, peraltro, prevista.

Tuttavia, pur essendo consci dei pericoli insiti nel mezzo televisivo, sono in pochi oggi a credere che il telespettatore sia solo una lavagna sulla quale la tv può scrivere ciò che vuole (Jean Cazeneuve - *L'homme téléspectateur*, 1974). Appare d'altro canto evidente la stretta correlazione tra la realtà vera e propria e la sua conoscibilità attraverso la tv. Questa è divenuta infatti la maggiore e forse l'unica forma di conoscenza del reale.

“Se un albero è caduto nella foresta e la televisione non lo ha ripreso, l'albero è realmente caduto?”.

Allora, eventi che si compiono fuori dell'angolo di ripresa di una telecamera sono destinati a non incidere sulla realtà e sulla storia. Essi “accadono” al buio e si trasformano in “non eventi”.

Quelli che, al contrario, vengono ripresi sono i cosiddetti “media events” e sono essi e solo essi la realtà e la storia.

Come dice Giovanni Sartori allora la tv è davvero “lo strumento principe di conoscenza sul quale misuriamo l'esistenza e la consistenza degli eventi”.

La tv è, tuttavia, anche una vera e propria “creatrice” di eventi. Daniel Boorstin scrisse della teoria degli “pseudo-events”, dicendo che essi non avvengono spontaneamente ma sono pianificati e provocati avendo come unico obiettivo quello di essere riportati dai media.

Le Brigate Rosse hanno saputo sfruttare magistralmente tale caratteristica della tv in tutte le loro azioni.

L'uomo di oggi si nutre di media events e ancora di più di “pseudo-events” che ne fanno un individuo del

tutto differente da quelli vissuti prima della televisione. Essa infatti opera in continuazione la scelta di un piccolo numero di fatti nuovi e crea con questi una sua propria realtà mediologica che diviene l'unica realtà, non più gerarchizzata per linee di importanza ma frammentata a mosaico (i tg ne sono un tipico esempio).

Effetto Moro

Oggi ci può sembrare inverosimile, eppure fino alla fine degli anni sessanta i mass media italiani erano caratterizzati dal fatto di trovarsi unanimemente d'accordo nel rispettare i canoni del giornalismo liberale di stampo anglosassone.

Rispetto ad altri paesi il tasso di concorrenzialità era notevolmente più basso, la tendenza alla spettacolarizzazione della notizia piuttosto contenuta, la classe politica riceveva un'attenzione privilegiata e riguardosa (questo non è cambiato...), la devianza veniva contenuta in luoghi socialmente deputati.

Il mondo dell'informazione era caratterizzato dalla ufficialità dei toni riguardosi e le critiche erano sporadiche (e riservate a giornali 'contro' tipo *L'Unità*).

Il grosso del Paese era teso nella corsa verso il 'benessere' e digeriva gradualmente le ottimistiche pillole di cultura di massa prima maniera (come le chiamava Giovanni Bechelloni).

Il 1968 fa da spartiacque anche per il mondo dell'informazione: i tre canoni giornalistici, politica, spettacolo e devianza, si mescolano in modo sempre più indissolubile.

Questo studio ha come scopo l'appurare se esistano e quali siano i particolari meccanismi dell'informazione

messi in moto da una situazione di grave emergenza nazionale come l'emblematico caso Moro. Questo saggio è rivolto soprattutto a una analisi del Tg1 senza trascurare il contributo della carta stampata quotidiana. Insieme, tv e giornali hanno contribuito a un massiccio impatto visuale di insieme offerto allora all'utente medio italiano.

Il lavoro è arricchito anche dalle testimonianze dirette dei partecipanti alla "bouffe" mediale, artefici in prima persona delle edizioni straordinarie del Tg1 del 16 marzo 1978.

"È uno scherzo!"

A scuola arriva una voce. Si accendono le prime radio a transistor. Studenti e insegnanti ce le hanno tutti all'orecchio, come se ci fosse la partita di calcio della domenica.

"È vero!"

Si interrompono le lezioni; si chiedono conferme ai più informati.

Molti corrono a casa, al televisore. La gente per strada chiacchiera ma ancora di argomenti vaghi.

Migliaia di radio accese coprono perfino il traffico cittadino.

Le edicole vengono prese d'assedio. Tutti sono a caccia di una edizione straordinaria. Ognuno la agguanta e poi via, a casa, di corsa.

È proprio vero. Chi arriva davanti al televisore acceso trova una diretta del Tg1 che durerà 86 minuti e dieci secondi. Di fatto, tutto il giorno.

Era iniziato l'"effetto Moro" con il triste rombo degli elicotteri sopra Monte Mario.

I QUOTIDIANI E IL CASO MORO

Il giorno del rapimento di Aldo Moro i seguenti quotidiani uscirono a Roma in edizione straordinaria: *Avanti!*, *Il Messaggero*, *Paese Sera* (due edizioni), *Il Popolo*, *La Repubblica*, *Il Tempo*, *L'Unità*, *Vita* (cinque edizioni).

In questo saggio si sono considerati solo i quotidiani cosiddetti indipendenti per ragioni di neutralità.

Durante i 52 giorni “di Moro” la teoria degli “pseudo-events” di Daniel Boorstin torna subito in mente, dapprima a molti studiosi, agli operatori dell’informazione successivamente. C’è la consapevolezza (che crescerà nei giorni a venire) che è la stessa estensione e capillarizzazione dell’informazione ad avere spianato la strada ai terroristi. La mente va immediatamente alle azioni degli odierni terroristi islamici solitamente accomunati sotto la sigla “Al Qaeda” (il cui vero significato è “la banca dati”), anticipate e seguite da vere e proprie operazioni massmediali che partono dal medium attualmente più esteso e capillare del mondo e cioè Internet.

I meccanismi della notizia, già al tempo delle Brigate Rosse, non sono certo segreti da addetti ai lavori. Le BR sanno perfettamente che il giornalista, date certe premesse di produzione della notizia, si trova invischiato nella sua professionalità che lo porta a dire tutto, di tutto, comunque.

“Il terrorismo che produce questi eventi sfrutta esattamente questa ideologia del mezzo” (Umberto Eco).

La Repubblica

L'interesse per il tema nella prima pagina:

Occhiello - *L'attacco contro lo Stato ha raggiunto il suo culmine*

Titolo di testa - *Moro rapito dalle Brigate Rosse*

Sommario *Falciati a raffiche di mitra i cinque uomini della scorta. Un'auto targata CD ha tagliato la strada alla vettura del leader democristiano: poi i terroristi hanno aperto il fuoco. Convocato il Consiglio dei Ministri in seduta straordinaria. Rinviato il dibattito parlamentare sulla fiducia al nuovo Governo*

Editoriale - *È il momento dell'unità per salvare la democrazia*

Altri articoli -
1. *Sciopero generale fino a mezzanotte*
2 colonne
2. *Vertice d'mergenza partiti Andreotti*
2 colonne

Riepilogo della prima pagina:

Totale articoli	4
Totale foto (Moro - Scorta 1)	1
Totale Unità di informazione:	5

Riepilogo giornale:

Numero pagine dedicate	2 su 24
Numero articoli	8 su 82
Numero foto	2 su 31
Totale unità di informazione	10 su 113