



Ieri a Palazzo San Giorgio il convegno con il presidente dell'ordine nazionale Lorenzo Del Boca

Informazione, questione di etica

Dall'incontro la proposta di istituire una giornata di confronto tra i giornalisti e i pubblicitari

Eleonora Delfino

Recuperare il valore dell'imparzialità. Il diktat del presidente dell'ordine dei giornalisti Lorenzo Del Boca è chiaro ed arriva nel corso di un incontro in cui all'insegna dell'etica si celebra il "disgelo" tra i giornalisti ed i pubblicitari. Due categorie che si trovano a percorrere strade parallele all'interno del mondo della comunicazione. Un incontro in cui chiarire ruoli, funzioni e competenze. Un appuntamento che s'inserisce nell'ambito del progetto pilota "La rivista in classe" promosso dall'Amministrazione comunale di concerto con l'Ucid e con il sindacato dei giornalisti della Calabria. Un percorso che si rivolge agli studenti per incentivarli a sviluppare il senso critico. I ragazzi hanno risposto agli imput e attraverso i loro elaborati hanno espresso lo scetticismo con cui si accostano ai media.

Un percorso «con cui trasmettere messaggi positivi ai ragazzi, perché il giudizio libero e indipendente non può essere scalfito dalle pressioni - spiega il sindaco Scopelliti -. Stiamo cercando di valorizzare la capacità di giudizio dei giovani. Un intervento che s'inserisce nella scia della crescita culturale della città».

«Un progetto - incalza il presidente della

“L'iniziativa s'inserisce nell'ambito del progetto pilota "La rivista in classe" promosso dal Comune con il sindacato giornalisti e l'Ucid”

Camera di commercio Lucio Datto - che lascia il segno e che si sposa con altri interventi che noi stiamo facendo in campo cercando di coniugare business, cultura d'impresa ed etica». Un progetto aggiunge Serena Angioli responsabile del pro-

getto "La rivista in classe" con cui si è stata veicolata l'immagine «di un'informazione sana, saldamente ancorata alla verità».

Se questi sono i modelli a cui si ambisce bisogna fare i conti con una realtà in cui spesso i mezzi di comunicazione si sostituiscono alle agenzie formative tradizionali, così come emerge dall'analisi di Filippo Petrucci docente di psicologia della pubblicità all'università di Cassino e direttore dell'istituto nazionale per lo studio delle psicoterapie, che sposta i riflettori sulla categoria più esposta e più vulnerabile: i bambini. «Bambini affidati alla televisione baby sitter» esposti alla pubblicità e ad un sistema «in cui la televisione fa passare un modello familiare che non esiste. Un modello che fa aumentare le distanze

con la famiglia reale».

Un incontro a più voci, moderato da Carlo Parisi, componente della giunta esecutiva nazionale Fnsi oltre che segretario del sindacato giornalisti della Calabria, che analizza la questione da diverse prospettive. Il presidente dell'associazione italiana pubblicitari professionisti Enrico Finzi chiarisce: «La pubblicità non pretende di dire la verità, la pubblicità è l'arte della seduzione. La pubblicità - ribadisce

- è di parte, è dichiaratamente di parte. Certo non deve dire il falso e abbiamo anche un codice disciplinare per garantire questo aspetto». La propaganda insomma invita ai consumi «Tutto ciò è censurabile eticamente? Non credo. Certo - riconosce - la pubblicità ha i suoi difetti: è troppa, bombardante, è intrusiva, è colonizzante in forma diretta o indiretta, dei mezzi di comunicazione» sostiene Finzi, che comincia ad analizzare le realtà meridionali «in cui prevalgono le istanze moralistiche. Mi chiedo se non sia, invece, meglio scommettere sulla criticità delle persone». Marcello Spagnolo coordinatore regionale Tp (associazione italiana pubblicitari professionisti) ricorda in cifre la valenza economica di un settore «che conta 400 imprese in Calabria e un indotto economico nazionale di 22 milioni di euro».

A ribadire i caratteri e la valenza sociale dell'informazione giornalistica è il presidente nazionale dell'ordine Lorenzo Del Boca che ricorda come la «necessità di comunicare sia radicata nel dna dell'uomo» aggiungendo però come i «messaggi che vanno decodificati». In questa fase emerge il ruolo del giornalista che oggi «si trova a dover "tradurre" diversi linguaggi: il politico, il sindacale, l'economico». Linguaggi che spesso riporta integralmente per la paura di sbagliare. Ma così facendo si trasforma in passacarte». Per «riappropriarsi» del proprio ruolo quindi «il giornalista deve sapere, deve essere preparato, per non essere ingannato, credendo a tutto ciò che gli viene detto. Questo è il vero valore aggiunto». Una professione che deve recuperare un aspetto importante «la terzietà». Quindi una stoccata

sulla vicenda Mieli «ha fatto bene a dichiarare la propria appartenenza, ma deve essere un'eccezione non la regola. Il pluralismo dell'informazione non può diventare il pluralismo della faziosità». Alle frecce sul meridione di Finzi risponde: «Quello che non sono riusciti a distruggere qui lo hanno portato via, ma nonostante tutto emergono segnali positivi che testimoniano vivacità».

Una vivacità che passa dal mondo accademico che a Messina ha creato un corso di laurea ad hoc, in scienze politiche per il giornalismo. Un percorso che viene descritto da Rino Labate docente dell'Università messinese. Una vivacità che trova conferme nelle attività promosse dall'Ucid che attraverso la rivista