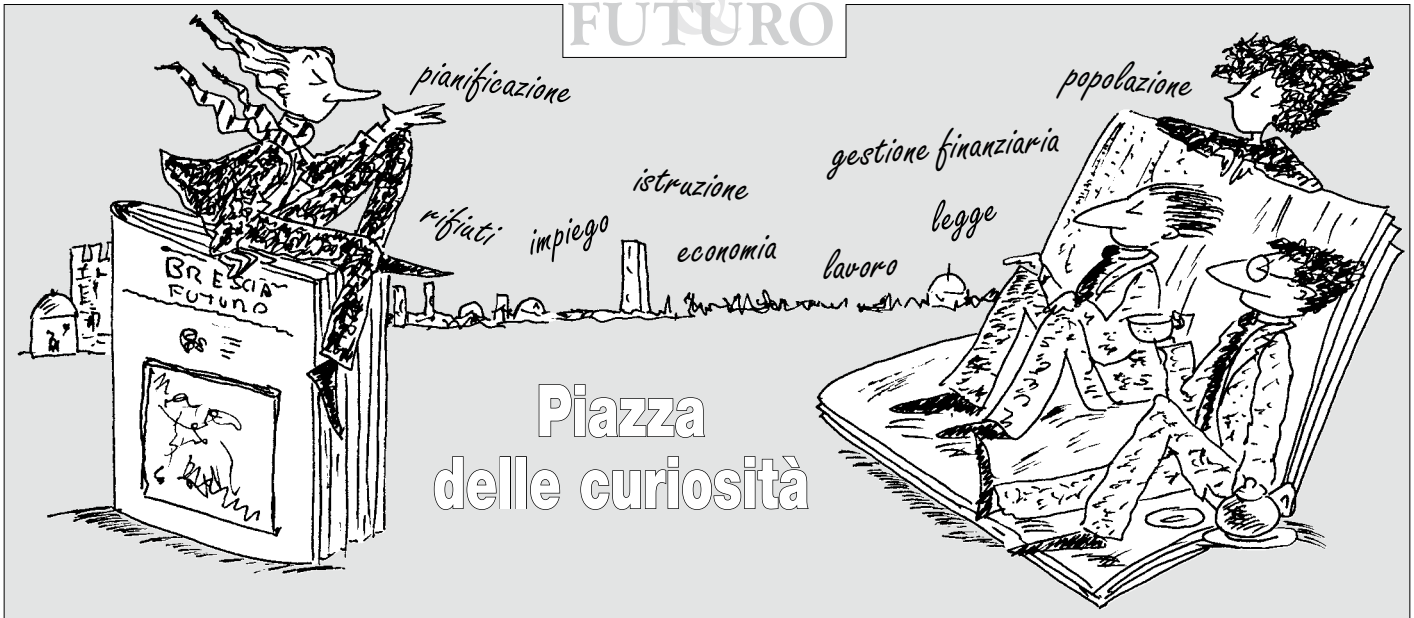


Piazza delle curiosità

La comunicazione finirà nell'indistinto della globalizzazione?

L'uomo boutique

di Giorgio Fogazzi

Crisi del giornalismo e crisi dell'uomo, l'uno invecchiato e l'altro disperso dalla tecnologia rampante. Vittorio Feltri un direttore di giornale che conosce molto bene il giornalismo perché ha governato, ma anche creato testate di successo, lancia un grido d'allarme sulle difficoltà della stampa tradizionale.
In un articolo del 24/03/2010, pubblicato da "Il Giornale", sintetizza la situazione con queste parole:
"*(...) La categoria prende atto della situazione: la tv domina il mercato, Internet galoppa, i settimanali e i quotidiani battono in testa. Il mondo è andato e continua ad andare avanti, le tecnologie progrediscono e il giornale tradizionale ha delle alternative assai gradite dalle ultime generazioni.*
C'è un solo rimedio per i cartacei: rassegnarsi a diventare boutique; non saranno mai più dei supermercati.
Le boutique espongono oggetti di lusso, rari, preziosi che ora noi non sappiamo ancora produrre.
Prima che sia troppo tardi, cominciamo ad immaginare quotidiani più piccoli, meno enciclopedici, meno voluminosi, meno pachidermici, ma più curati, attenti alle opinioni, attenti alle inchieste, alle notizie esclusive..."
Quello di Feltri è un richiamo all'attenzione di rara puntualità perché la dissoluzione dell'identità nell'indistinto della globalizzazione, coinvolge l'intera comunicazione, dunque, la stessa percezione che l'uomo ha di se stesso.
Perché l'uomo altra cosa non è se non il proprio linguaggio.
Il fenomeno al quale assistiamo è nuovo solo in apparenza, perché il problema di una comunicazione incapace di essere realtà, affligge l'uomo da sempre.

Nasce una nuova rubrica, firmata da Giorgio Fogazzi, dal titolo "Piazza delle curiosità". L'intendimento è quello di colloquiare coi lettori scegliendo argomenti e fatti offerti dalla quotidianità, per suggerire brevi approfondimenti che abbiano lo scopo di dare loro un senso, all'interno della cultura che ci unisce, al di là delle separatezze politiche e dei gusti personali. Gli scritti saranno brevi e di lettura il più possibile semplice, perché tenderanno a stimolare la fantasia del lettore, prima ancora che a dare delle risposte. La rubrica prende avvio con uno scritto sulle condizioni particolari e precarie in cui l'attualità tiene il destino della carta stampata, proprio per sottolineare la volontà di tenere la nostra rivista all'altezza delle necessità.

"Tutto è stato detto tutto è stato fatto" *di Guglielmo Achille Cavellini del 1985.*
La salvezza ed il linguaggio del rinnovamento consistono nel coltivare il bene di essere se stessi, per costruire un paesaggio di strutture modellate dalla calligrafia personale nella sostanza unica e irripetibile dello spirito.

Lo stesso giornalismo si è proposto come soluzione possibile al discredito in cui cadde "l'informazione del libro", attraverso l'assunzione della stessa cronaca come modo di "fare la storia" in diretta; si riteneva che l'abbreviazione dei tempi e la testimonianza oculare, avrebbero ridotto la distanza dalla realtà.

Il nuovo corso risale all'epoca illuminista, ma quanto alle novità di una informazione giornalistica, uno dei primissimi esempi viene da Pietro Aretino, uomo rinascimentale, celebre anche per avere fatto del gossip il modo per scalare gli onori della notorietà.

Oggi sta avvenendo la stessa cosa tra la televisione ed Internet da una parte ed i giornali dall'altra.

I tempi d'incontro della notizia si riducono ulteriormente e tendono ad eliminare anche la mediazione del narratore, attraverso il contatto diretto che avviene con Internet.

È agevole osservare che, come il giornale non ha posto rimedio alla decadenza del libro, i nuovi mezzi tecnici non faranno meglio dei giornalisti tradizionali.

E' infatti ovvio che se i giornali si fanno sostituire è perché non hanno dato i frutti sperati, ma il modo in cui li si sostituisce cambia solo i tempi, ma non i modi in cui la notizia viene recepita.

Oriana Fallaci, la giornalista per eccellenza, si considerava più storica degli storici perché viveva gli eventi in prima persona: da cronista di guerra con l'elmetto in testa, come amava riconoscersi.

Ma neppure lei ha dato all'umanità parole nuove capaci di indicare un futuro diverso da quello indecifrabile che ci prospetta il presente.

La ragione è molto semplice: la realtà non è qualcosa che si mostra all'immediatezza dell'osservazione, bensì ciò che l'uomo sa presentare vivendo in armonia le percezioni offerte dall'esperienza.

La realtà diventa "racconto" solamente attraverso la consapevolezza di una gestualità intelligente e fiduciosa di sé.

Queste considerazioni colorano di sapida attesa l'intuizione di Feltri, che pensa ad una comunicazione accurata, capace di trasformare le "sensazioni" della cronaca, nei gioielli di una meditazione feconda.

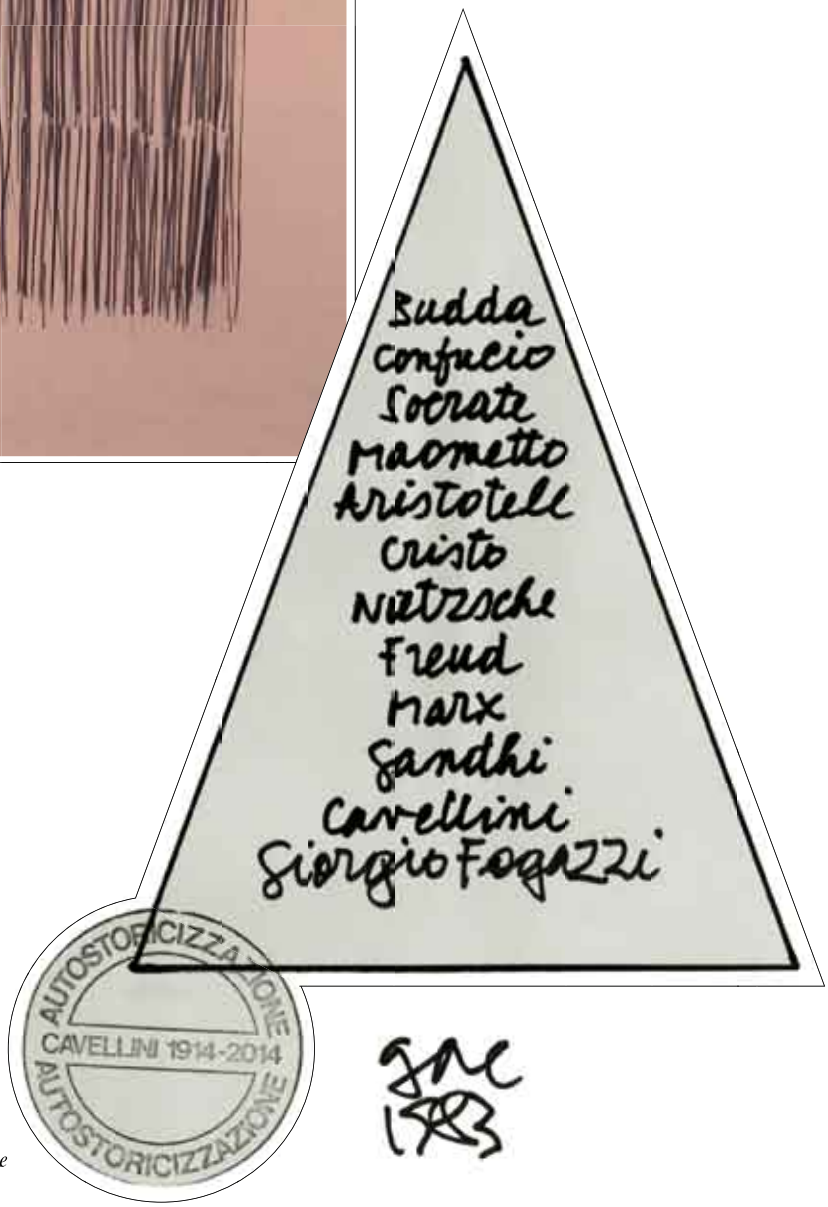
Il giornalismo al quale pensa il direttore de "il Giornale" è anche

"Paesaggio" *di Arturo Vermi*
L'incontro col Creato, nella libertà dello spirito, genera la plasticità del paesaggio che compone il verbo.

limite e la grande paura del perdersi, affinché l'uomo imparasse che il vero problema è se stesso, e che la soluzione sta all'interno di quel sé.
Gli economisti dicono che "la moneta cattiva scaccia quella buona", tuttavia è solo con la "moneta buona" che si costruisce in modo duraturo.

Giorgio Fogazzi
Dottore Commercialista
www.giorgiofogazzi.com

l'obiettivo che devono porsi gli uomini che vogliono cessare di essere degli stereotipi da supermercato, per elevarsi nello specifico luminoso dell'identità, che gli evita l'appiattimento manicheo e sterile del "tutti uguali".
È la risposta intelligente per governare la vita nelle misure della natura, ma anche per offrire alla collettività la ricchezza di comportamenti, di beni e di servizi che, nella diversità e nella funzionalità del buon lavoro, saranno apprezzati.
Ci voleva la dissoluzione di ogni



"Autostoricizzazione" *di Guglielmo Achille Cavellini.*
L'attenzione governata dallo spirito dona la verità d'incontri che sublimano l'attesa di identità.