

PERIODICO MENSILE
Reg. Trib. di Roma
Nro. 74/2021 del
05/05/2021

Direttore Resp.
Alejandro Gastón
Jantus Lordi de
Sobremonte

Editore e Proprietario:
International Center for
Social Research
Cod.Fisc. 97911440580

Redazione: Via della
Stelletta 13 - 00186 Roma
Stampato in proprio:
6 maggio 2024.



**RICERCA,
DIALOGO E
CONOSCENZA
SENZA
BARRIERE**

I'idealista

CHI RACCONTA LA SOCIETÀ? IL PROBLEMA DELLE REDAZIONI CHE NON SOMIGLIANO PIÙ AI LORO LETTORI

di Alejandro Gastón Jantus Lordi de Sobremonte

Donne, giovani, nuove generazioni, differenze sociali e culturali: il pluralismo dell'informazione comincia da chi sceglie le notizie, decide le priorità e interpreta ogni giorno la realtà.

Chi decide che cosa è importante? Chi stabilisce che una storia merita la prima pagina, mentre un'altra può aspettare? Chi sceglie l'esperto da intervistare, il quartiere nel quale andare a cercare una testimonianza, la parola da utilizzare in un titolo, il fenomeno da seguire per settimane e quello da liquidare in poche righe?

Dietro ogni giornale, telegiornale, sito di informazione, radio o prodotto editoriale esiste una redazione. E dietro ogni redazione ci sono persone che osservano la realtà, la selezionano e ogni giorno ne trasformano una parte in informazione. È un processo talmente abituale da apparire quasi invisibile.

Eppure, proprio qui si trova una delle questioni più importanti per il futuro del giornalismo: **quanto somigliano alla società le persone che hanno il compito di raccontarla?**

Il tema non riguarda soltanto l'equilibrio tra uomini e donne. La diversità di una redazione passa anche attraverso le generazioni, l'origine sociale, i percorsi di studio, i territori di provenienza, le esperienze professionali, le culture familiari e la presenza di persone cresciute in contesti differenti.

Una società può cambiare rapidamente mentre il gruppo professionale che la racconta cambia molto più lentamente. Quando accade, tra il mondo rappresentato e quello che lo rappresenta comincia ad aprirsi una distanza.

È una distanza difficile da misurare perché non si manifesta necessariamente attraverso errori. Una notizia può essere corretta, verificata e formalmente impeccabile e, allo stesso tempo, inserirsi in un'agenda che lascia sistematicamente fuori altri temi.

Un giornale può rispettare tutte le regole della professione e continuare a guardare il Paese prevalentemente dal centro delle grandi città, dalle istituzioni, dalle categorie professionali più visibili o dagli ambienti culturalmente più vicini a chi lavora nella redazione.

Il problema, quindi, non è soltanto **come viene raccontato un fatto**, ma quali fatti arrivano a essere raccontati.

La redazione è già una lente

Ogni giornalista porta con sé una biografia. Non significa che sia prigioniero della propria esperienza né che un cronista possa comprendere soltanto persone simili a lui. Se così fosse, il giornalismo sarebbe impossibile: la professione consiste precisamente nella capacità di uscire dal proprio ambiente, interrogare realtà sconosciute e rendere comprensibile ciò che non si conosceva.

Ma pensare che l'esperienza personale non abbia alcun peso sarebbe altrettanto ingenuo.

Un venticinquenne e un sessantenne possono raccontare entrambi perfettamente il mercato del lavoro giovanile, ma è plausibile che partano da sensibilità diverse. Chi è cresciuto in una periferia può riconoscere immediatamente alcuni fenomeni che per chi ha vissuto sempre nel centro di una grande città richiedono un passaggio ulteriore di comprensione.

Chi proviene da una famiglia operaia può avere familiarità con linguaggi, problemi e reti sociali differenti rispetto a chi è cresciuto in un ambiente di professionisti.

Nessuna di queste condizioni produce automaticamente buon giornalismo. E nessuna impedisce di farlo. Ma quando una redazione mette insieme esperienze differenti aumenta il numero di domande che può rivolgere alla realtà.

La diversità, da questo punto di vista, non è semplicemente una questione di rappresentanza. È anche una **risorsa editoriale**.

Il fenomeno presenta, infatti, molteplici dimensioni: accanto al genere entrano in gioco l'età, il livello di istruzione e il background migratorio, tutti elementi che incidono sulla composizione delle redazioni e sul loro rapporto con la società.

Tante giornaliste, molti meno vertici

Il caso più evidente riguarda le donne. Negli ultimi decenni la presenza femminile nel giornalismo è cresciuta al punto che in molte realtà non è più corretto descrivere la professione come un mestiere prevalentemente maschile.

La fotografia cambia, però, quando dal totale dei professionisti si sale verso i livelli nei quali vengono prese le decisioni.

È una distinzione fondamentale. Essere presenti in una redazione non equivale ad avere lo stesso peso nella definizione della linea editoriale.

C'è una differenza tra scrivere un articolo e decidere quale articolo aprirà il giornale; tra condurre un programma e determinarne l'impostazione; tra far parte di una squadra e scegliere chi entrerà a farne parte.

La vera domanda, quindi, non è soltanto quante donne lavorino nell'informazione, ma quante partecipino ai processi decisionali.

È proprio questa una delle contraddizioni che emergono: una presenza femminile ormai sostanzialmente equilibrata nella professione convive con una struttura gerarchica nella quale il peso delle donne diminuisce salendo verso le posizioni di comando.

È un fenomeno che merita attenzione anche per un'altra ragione. I vertici non decidono soltanto la gerarchia delle notizie. Selezionano collaboratori, assegnano responsabilità, promuovono caporedattori, individuano nuovi talenti e, direttamente o indirettamente, determinano quale modello professionale viene premiato.

Per questo la diversità ai livelli decisionali conta più della semplice fotografia numerica della redazione.

l'idealista

PERIODICO MENSILE
Registrazione presso il Registro
della Stampa del Tribunale di
Roma Nro. 74/2021 del
05/05/2021

Direttore Responsabile
Alejandro Gastón Jantus
Lordi de Sobremonte

Free Press edito dall'ICSR
International Center for Social
Research, senza scopo di lucro



The *International Center for Social Research* is an association engaged in the scientific study of society, having as its aim the furtherance of the **science of Sociology**.

The primary mission of the Center is to support, conduct and facilitate social scientific research, stimulating and improving research, instruction, and discussion, and encouraging cooperative relations among persons engaged in the scientific study of society.

The Center is organized and operated exclusively for scientific, educational and charitable purposes. It does not profit from its scientific activities, does not attempt to influence legislation as a substantial part of its activities, and does not participate at all in campaign activity for or against political candidates.

La generazione che manca

C'è poi un altro divario, meno discusso ma sempre più importante: quello generazionale.

Negli ultimi vent'anni il pubblico più giovane ha modificato radicalmente il proprio rapporto con l'informazione. Lo smartphone è diventato la principale porta di accesso ai contenuti; i social hanno modificato la circolazione delle notizie; video brevi, creator, podcast, newsletter e piattaforme hanno costruito nuove abitudini.

Perfino il significato di parole come giornale, programma, canale e pubblico è diventato meno stabile.

Eppure il ricambio generazionale delle redazioni non procede necessariamente alla stessa velocità. Non è una questione di contrapporre giovani e anziani.

Un professionista con trent'anni di esperienza possiede memoria, fonti, capacità di verifica e conoscenza dei meccanismi istituzionali che non possono essere sostituite da una maggiore familiarità con TikTok. Allo stesso modo, essere giovani non rende automaticamente innovatori.

Il problema nasce quando una generazione diventa marginale nei luoghi in cui si decide come raccontarla. Un giornale che vuole raggiungere i ventenni non può limitarsi ad aprire un profilo social. Deve comprendere che cosa interessa a quella generazione, quali sono le sue paure, quali parole utilizza, quali istituzioni considera autorevoli e attraverso quali percorsi incontra una notizia. E per comprenderlo è utile che quella generazione non sia soltanto studiata come pubblico, ma sia presente anche tra coloro che producono l'informazione.

Professionisti sempre più istruiti

Un altro cambiamento riguarda la formazione. Il giornalismo contemporaneo richiede competenze sempre più sofisticate. Economia, scienza, ambiente, tecnologia, diritto europeo, geopolitica, dati e Intelligenza Artificiale sono diventati terreni quotidiani dell'informazione. L'aumento del livello di istruzione dei giornalisti può dunque essere considerato una conseguenza positiva della professionalizzazione.

Ma esiste anche un possibile rovescio della medaglia. Se la professione recluta sempre più frequentemente persone provenienti da percorsi universitari simili, dalle stesse facoltà, dagli stessi master e dalle medesime aree metropolitane, il rischio è che aumenti la preparazione tecnica mentre diminuisce la varietà delle esperienze sociali. Non si tratta di rimpiangere un giornalismo meno qualificato. La competenza è indispensabile. Il punto è evitare che competenza e omogeneità finiscano per diventare sinonimi.

La società è fatta anche di persone senza laurea, lavoratori manuali, piccoli imprenditori, disoccupati, artigiani, pensionati, immigrati, studenti, commercianti e famiglie che vivono lontano dai grandi centri. Un giornalismo capace di parlare a tutti deve continuare a conoscere questi mondi non soltanto attraverso statistiche e comunicati stampa.

Qui entra in gioco anche una barriera economica. Diventare giornalisti può richiedere anni di formazione, stage, collaborazioni discontinue, trasferimenti e periodi nei quali il reddito è insufficiente a sostenere autonomamente il costo della vita. Quando l'ingresso in una professione richiede la possibilità di attendere a lungo prima di raggiungere una stabilità, la selezione non avviene più soltanto sulla base del talento. Conta anche la possibilità di permettersi l'attesa. E questo rischia di escludere proprio quelle esperienze sociali che potrebbero rendere le redazioni meno uniformi.

Il Paese cambia prima dei giornali

C'è infine la trasformazione demografica. Le società europee sono diventate più articolate. Milioni di cittadini hanno una storia familiare che attraversa più Paesi, parlano più lingue, appartengono a famiglie miste o sono figli e nipoti di persone arrivate decenni fa.

Continuare a descrivere queste persone esclusivamente attraverso la categoria dell'immigrazione rischia di essere sempre meno adeguato. Un giovane nato e cresciuto in una città europea, che vi ha studiato e lavora, può avere una biografia familiare internazionale senza percepirsi affatto come un soggetto esterno alla società.

La questione per il giornalismo è allora duplice. Da un lato c'è l'accesso alla professione. Dall'altro c'è il modo in cui una società plurale viene rappresentata.

Quando persone appartenenti a determinati gruppi compaiono nell'informazione quasi esclusivamente in relazione a criminalità, immigrazione, povertà, discriminazione o conflitti identitari, il problema non consiste necessariamente nella falsità delle singole notizie.

Quelle notizie possono essere vere. Il problema nasce dalla loro somma. Se una parte della popolazione viene raccontata quasi sempre quando accade qualcosa che la distingue dalla maggioranza, la rappresentazione complessiva finisce per ridurla alla propria differenza. Una redazione più eterogenea può accorgersi prima di questo meccanismo.

Non basta assumere persone diverse

Sarebbe però semplicistico concludere che sia sufficiente comporre una redazione statisticamente rappresentativa per ottenere automaticamente un giornalismo pluralista. Non funziona così. Due persone con origini differenti possono condividere la stessa cultura professionale, gli stessi criteri di notiziabilità e gli stessi riferimenti. Al contrario, due giornalisti con caratteristiche demografiche simili possono avere visioni radicalmente differenti. La diversità anagrafica, culturale e sociale è una condizione che può ampliare il pluralismo, non una garanzia matematica. Conta anche l'organizzazione.

Una redazione può assumere giovani e poi non consentire loro di partecipare alle decisioni. Può avere giornaliste in maggioranza e mantenere quasi esclusivamente uomini nei ruoli di comando. Può inserire professionisti provenienti da minoranze e chiamarli in causa soltanto quando si parla della minoranza alla quale appartengono.

La differenza tra rappresentanza simbolica e trasformazione reale passa dal potere. Chi propone i temi? Chi decide le aperture? Chi viene promosso? Chi può contestare una scelta editoriale? Chi rappresenta la testata all'esterno? Chi partecipa alle riunioni nelle quali si decide il futuro? È su queste domande che la diversity smette di essere una fotografia delle risorse umane e diventa una questione editoriale.

Anche le fonti hanno bisogno di pluralismo

La composizione della redazione è soltanto una parte del problema. C'è una seconda redazione invisibile: quella formata dalle persone che i giornalisti scelgono come fonti.

Esperti, professori universitari, politici, economisti, dirigenti, magistrati, medici, analisti e rappresentanti delle organizzazioni contribuiscono quotidianamente a definire il racconto del mondo.

Anche qui la ripetizione produce omogeneità. Affidarsi sempre agli stessi interlocutori è comprensibile: sono disponibili, affidabili, conoscono i tempi dei media.

Ma nel lungo periodo questa comodità può restringere il perimetro del dibattito. Una redazione plurale dovrebbe quindi interrogarsi non soltanto su chi scrive, ma anche su **chi viene ascoltato**.

La diversità delle fonti può cambiare una notizia senza modificare i fatti. Può aggiungere prospettive, far emergere conseguenze trascurate, mostrare che una stessa decisione pubblica produce effetti diversi a seconda del territorio, del reddito o dell'età.

La distanza dal pubblico

Tutto questo conduce alla questione forse più delicata: la fiducia. La crisi del rapporto tra cittadini e informazione viene spesso spiegata attraverso la polarizzazione politica, la disinformazione, gli algoritmi, i social network e la perdita di autorevolezza delle istituzioni. Sono tutti fattori importanti. Ma esiste anche una forma più silenziosa di distanza: **non sentirsi raccontati**.

Una persona può non accusare un giornale di mentire e, allo stesso tempo, pensare che quel giornale non parli della sua vita. Può riconoscere l'accuratezza delle notizie ma non ritrovare nella gerarchia dei temi ciò che considera importante. Quando questa sensazione diventa collettiva, il rapporto con il media si indebolisce.

Per questo la rappresentatività delle redazioni non riguarda soltanto l'equità nell'accesso a una professione prestigiosa. Riguarda il prodotto giornalistico e, in prospettiva, il modello economico delle imprese editoriali. Un pubblico che non si riconosce nell'informazione ha meno ragioni per cercarla, seguirla e pagarla.

Non serve una redazione-specchio

Naturalmente nessuna redazione potrà essere la copia statistica perfetta della società. Non avrebbe neppure senso pretenderlo. Un quotidiano non può reclutare giornalisti applicando percentuali demografiche a ogni caratteristica della popolazione.

Il punto è un altro: evitare che l'informazione venga prodotta da ambienti troppo chiusi e autoreferenziali.

Una redazione efficace dovrebbe mettere insieme esperienza e ricambio, competenza accademica e conoscenza concreta dei territori, professionisti cresciuti nel settore e persone arrivate da percorsi differenti. Dovrebbe considerare il pluralismo non come un obbligo esterno, ma come parte della propria capacità di vedere.

Perché il vero rischio dell'omogeneità non è che tutti pensino allo stesso modo. È che nessuno si accorga delle domande che non vengono poste. Ed è forse questa la ragione più giornalistica per occuparsi della composizione delle redazioni. Non per stabilire chi abbia diritto di raccontare una determinata storia in base alla propria identità, ma per aumentare il numero delle storie che il giornalismo riesce a riconoscere.

Una società complessa non ha bisogno di giornalisti che le somiglino in ogni dettaglio. Ha bisogno di redazioni capaci di attraversarne le differenze. Perché prima ancora di raccontare bene una notizia bisogna riuscire a vederla.