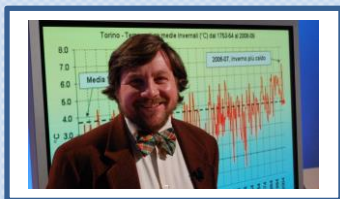


Scala Mercalli chiude



Scala Mercalli chiude. Alla fine ci sono riusciti. Chiude la trasmissione che aveva portato l'ambiente in prima serata. E non è un caso isolato. La Rai del servizio pubblico obbligatorio, quella **del canone in bolletta** per intenderci, sta ridimensionando, nella durata e nella collocazione in palinsesto, buona parte degli spazi d'informazione dedicati all'approfondimento.

Con in prima fila quelli dedicati all'informazione ambientale. Ambiente Italia, la storica trasmissione sull'ambiente è stata drasticamente ridimensionata e ora arriva la soppressione, dopo sole due stagioni, di Scala Mercalli, la trasmissione creata da Luca Mercalli che ha avuto **il pregio di informare su esperienze inedite, per il grande pubblico italiano**, circa questioni climatiche e ambientali, ma non solo. Una trasmissione scomoda. Vero. Come del resto dovrebbe essere tutta l'informazione.

Una trasmissione che viene chiusa non a caso. Ma con una **volontà politica precisa che rappresenta un punto di svolta**. Già perché questa volta la chiusura della trasmissione ha una chiara lettura politica, esattamente come l'editto bulgaro che colpì Biagi, Santoro e Luttazzi all'epoca del governo Berlusconi, nel 2002.

Scala Mercalli, infatti, è **stata oggetto di un'interrogazione parlamentare a firma dei senatori del PD** Stefano Esposito, Camilla Fabbri e Francesco Verducci alla commissione di Vigilanza Rai.

Che recita esattamente: «risulta evidente che il sig. Luca Mercalli ha confezionato un prodotto di propaganda, fedele alle sue convinzioni (No Tav secondo gli interroganti N.d.R), all'interno di un programma della tv pubblica, pagata con il canone di tutti gli italiani, utilizzando come coro a sostegno di queste posizioni i suoi sodali con i quali da più di dieci anni organizza assemblee per contrastare la realizzazione della linea ad alta velocità Tav».

E proseguono chiedendo di sapere: «se tale modalità di informazione sia compatibile con quella di una tv pubblica; se questo sia il metodo di informazione con il quale intenda improntare la propria direzione delle reti Rai; se non ritenga necessario adottare **i provvedimenti** che riterrà più opportuni, e di propria competenza, **nei confronti del conduttore Luca Mercalli**; se non ritenga opportuno prevedere una puntata riparatrice nella quale invitare soggetti a favore della linea Torino-Lione».

Questa la cronaca, la documentazione necessaria per le verifiche è in fondo all'articolo, e c'è anche la risposta **all'interrogazione del Dg Rai Campo Dall'Orto**. Ma il vero problema è il contesto nel quale nasce l'operazione di attacco e di rimozione del programma Scala Mercalli e che si sta ripetendo con altri programmi e conduttori scomodi.

E che potrebbe diventare un format di rimozione collaudato e di successo. La politica, infatti, e non è una novità si è resa conto che **una parte importante dell'opinione pubblica si è spostata sul web**, mentre i media generalisti, carta e giornali, influiscono maggiormente **sulla parte più anziana della popolazione** che del web è sprovvista, la quale è più facilmente influenzabile per il diradarsi delle relazioni personali.

Ecco allora che la politica se da un lato apre al web, come fa il Presidente del Consiglio Matteo Renzi con le proprie incursioni su Facebook che saltano i media classici e le agenzie, dall'altro blinda la televisione, sapendo che quell'audience è raggiungibile solo con quel media.

Nasce da qui, quindi, l'attacco generalizzato ai programmi d'informazione Rai che ha un solo compito: **isolare da qualsiasi influenza "esterna" un elettorato "sensibile"** sia come numero, sia come attenzione.

Ambiente, welfare, sanità, infatti sono alcune delle tematiche alle quali la popolazione più anziana è sensibile e quindi appare chiaro quale sia il progetto strategico d'isolamento.

Da un lato si tenta il controllo dell'elettorato più giovane "incastrandolo" in Facebook e offrendo loro contenuti solo all'interno dei social network che sempre più **vorrebbero diventare il sinonimo di internet** – escludendo tutto ciò che c'è fuori -, mentre dall'altro si "sterilizzano" i media generalisti a cominciare dalle televisioni da contenuti scomodi, come l'ambiente.

Il tutto nel più assoluto silenzio degli addetti ai lavori, come testimonia la scarsa eco che c'è stata sulla stampa dell'interrogazione parlamentare contro Scala Mercalli. Con un'opinione pubblica, si **anche i lettori e gli spettatori hanno le loro colpe**, indifferente alla questione. È chiaro che in un simile contesto l'accetta della politica sull'informazione "scomoda" ha un gioco facile.

Come fare, quindi, per **(ri)dare un ruolo al giornalismo e all'informazione?** La ricetta è ancora ignota, e addirittura non se ne conoscono gli ingredienti, come succede in tutte le fasi di transizione. Di sicuro l'informazione deve crescere perché si impone come tale, incalzando la politica e non scendendo a patti con essa.

E già questa sarebbe una rivoluzione copernicana in Italia. E poi serve un'enorme spinta verso l'innovazione, nei contenuti, nei format e nella distribuzione, tenendo conto del fatto che sempre più spesso, anche con il mezzo televisivo, basta guardare Netflix, la monodirezionalità non esiste più.

Il lettore/spettatore sarà sempre meno passivo, a cominciare dalle possibilità di scelta, e la differenza sul successo dell'informazione in futuro sarà sempre più basata sulla qualità, sull'empatia e non sui numeri.

Perché la qualità è apprezzata e i numeri di Scala Mercalli lo dimostrano ed erano un ottimo inizio, ma non sono bastati per chi giudica questi numeri solo su base elettorale, come fa certa politica.

Il problema è se noi, operatori, sapremo identificare, creare e diffondere qualità dell'informazione che possa essere riconosciuta come tale dai nostri utenti. E quindi se sapremo in primo luogo riconoscere sì i nostri meriti, ma anche e soprattutto i nostri errori.

Come in tutte le fasi di transizione/innovazione il futuro è nelle mani di chi sa vedere oltre al muro e non di sicuro in chi guida guardando allo specchietto retrovisore. E il muro nemmeno lo vede. Ma il muro esiste e continua a esistere. La scelta se schiantarci o dotarsi dell'asta giusta per saltarlo è solo nostra.