

Media e comunicazioni di massa nell'opera di Umberto Eco

Umberto Eco si è sempre occupato di media e di comunicazioni di massa ma non ha dedicato a questi argomenti uno studio specifico, una monografia, un libro divulgativo. Alcune riflessioni sulle comunicazioni di massa si possono trovare nelle sue opere teoriche principali, ma più spesso in commenti giornalistici, in articoli e saggi, in interventi a convegni e a dibattiti. Gli interventi più importanti su questo tema si possono trovare oggi nei volumi *Opera aperta* del 1962, *Apocalittici e integrati* del 1964, *Il costume di casa* del 1973, *Dalla periferia dell'impero* del 1977, *Sette anni di desiderio* del 1983, *Cinque scritti morali* del 1997, *La bustina di Minerva* del 2000, *Pape Satàn Aleppe* del 2016, *Sulla televisione. Scritti 1956-2015* del 2018. Scopo di questo saggio è di ricostruire e presentare le idee principali che Eco ha esposto sui media e le comunicazioni di massa immaginando quattro fasi, ciascuna delle quali caratterizzata da un particolare interesse da parte dell'autore per un tema o per un metodo.

1. La fase estetico-sociologica

1.1. L'esperienza televisiva e l'estetica

In una prima fase che va grosso modo dal 1954 al 1964 Eco riflette sui media e le comunicazioni di massa da un lato in rapporto agli studi di estetica che sta portando avanti (e che confluiscono in *Opera aperta* del 1962), dall'altro in rapporto ai problemi sociologici che affronta nei saggi che confluiranno in *Apocalittici e integrati* del 1964. Per questo, seguendo la proposta di Gianfranco Marrone (2018), possiamo denominare fase estetico-sociologica questo periodo.

Nel saggio "Il caso e l'intreccio. L'esperienza televisiva e l'estetica", contenuto in *Opera aperta*, Eco si chiede se si può parlare di estetica rispetto all'esperienza televisiva. La comunicazione televisiva non può essere considerata fenomeno artistico ma secondo Eco alcune esperienze di produzione televisiva possono dare un utile contributo alla riflessione estetica. In televisione, secondo Eco, prevale la costruzione di intrecci narrativi tradizionali. Eco si sofferma molto sulla ripresa diretta: che non è mai, sottolinea l'autore, una resa speculare dell'avvenimento che si svolge, ma è sempre un'interpretazione di questo attraverso un lavoro di montaggio che nel caso specifico avviene in simultanea rispetto al fatto ripreso. Il regista che organizza una ripresa in diretta opera delle scelte, seleziona visuali, attiva telecamere, utilizza luci e angolazioni. Attraverso queste scelte costruisce una narrazione, collega fatti e immagini tra una serie di possibilità. Nella ripresa diretta del matrimonio di Ranieri III di Monaco e Grace Kelly il regista ha scelto di focalizzare la narrazione intorno a una linea "romantica", selezionando immagini e note più sentimentali ed evitando di inserire situazioni più formali e quindi rigorose. Di fronte a un evento che ha in sé una serie molto ricca di possibilità, di fatti e situazioni, la ripresa diretta sceglie, seleziona, collega; sceglie dei filoni narrativi e ne omette altri; costruisce una storia, un intreccio, un plot; dà forma a una serie di eventi e svolge quindi – in qualche misura – un'operazione artistica. Rispetto alla vita, che si presenta nella sua "amorfa apertura", la ripresa televisiva costruisce una trama. Tuttavia lo fa ponendo nessi univoci e unidirezionali tra eventi scelti e montati in successione. Ciò a cui sembra mirare l'arte contemporanea, invece, è proprio la dissoluzione dell'intreccio inteso come costruzione di nessi univoci, di linee ben definite, di successioni logiche ordinate verso uno scioglimento finale. La narrativa di Joyce, di Woolf, di Robbe-Grillet si sofferma su fatti inessenziali, marginali, apparentemente secondari rispetto alla linea di sviluppo di un intreccio. Nel cinema di Antonioni – Eco cita *L'Avventura* e *La Notte* – sembra prevalga l'intento di riprodurre la realtà così com'è, con i suoi momenti anche insignificanti e inessenziali, piuttosto che l'obiettivo di costruire un plot con una logica spazio-temporale. L'impressione che si vuole dare è proprio quella di rispecchiare e riprodurre il mondo in quanto

caotico reticolo di possibilità. Si tratta sempre di “effetti di riproduzione”, perché c’è sempre una regia e c’è sempre un montaggio, ma a monte c’è un pensiero estetico che mira a dare proprio un effetto di disordine aderente alla vita. Così se da un lato abbiamo esperienze artistiche improntate all’apertura, dall’altro abbiamo esperienze mediatiche che tendono a riprodurre schemi narrativi tradizionali. È interessante chiedersi, però, quali influenze vi siano tra le diverse manifestazioni estetiche: per esempio si potrebbe ipotizzare che il cinema sperimentale di Antonioni sia stato apprezzato anche perché ci si sta abituando alla logica della ripresa diretta televisiva. La ripresa diretta potrebbe aver aperto il terreno a narrazioni cinematografiche più “aperte”: la festa notturna de *La Notte*, dice Eco, sembra girata secondo i canoni di una ripresa diretta televisiva.¹ Pertanto le trasmissioni televisive, comprese quelle che si basano sulla ripresa diretta, rispettano sostanzialmente le regole drammaturgiche tradizionali, mentre le opere d’arte più sperimentali mirano a riprodurre la casualità e l’indeterminazione della vita. Si tratta pur sempre di effetti di riproduzione, perché c’è una regia e ci sono scelte di montaggio, ma a monte c’è un pensiero estetico che mira a dare proprio un effetto di disordine aderente alla vita. Si tratta, secondo Eco, di manifestazioni culturali diverse che possono convivere ed è interessante in questi casi analizzare eventuali correlazioni: per esempio le tecniche della ripresa televisiva diretta potrebbero aver “educato” il pubblico a certi tempi, certe sequenze, certi ritmi che sono stati poi proposti dalle poetiche dell’“opera aperta”.

1.2. Il rapporto televisione-pubblico: verso una nuova civiltà della visione

Nel saggio “Appunti sulla televisione”, contenuto in *Apocalittici e integrati*, Eco avverte che la televisione non può essere considerata come un genere unico, come un sistema monolitico, ma come un macro-servizio che ha al suo interno molti generi e molti discorsi differenti (il quiz, il telegiornale, la rappresentazione teatrale, il film, lo spettacolo musicale, etc.). Questa premessa è necessaria non solo per dare un inquadramento metodologico più articolato agli studi sui mass media, ma anche per sottolineare che nel macro-contenitore televisivo vi sono contenuti diversi per pubblici diversi. Eco insiste sulla necessità di analizzare il rapporto TV-pubblico dal punto di vista psico-sociologico e si mostra interessato alle ricerche sperimentali sulle tecniche di ricezione che si fanno in quel periodo. Molte di queste riferiscono di una ricezione passiva, quasi ipnotica del mezzo televisivo, in opposizione quindi a un atteggiamento critico proprio di una ricezione più consapevole. Inoltre emerge che la televisione tende ad assecondare il gusto medio del pubblico sulla base dei dati dello *share*: il rischio è che in questo modo il mezzo assuma una funzione di controllo ispirata più che altro alla conservazione dell’ordine sociale, attraverso la programmazione di prodotti prevalentemente tradizionali. Eco parla di “direzionamento occulto” da parte di un’industria culturale che dà al pubblico ciò che esso vuole, imponendogli di fatto ciò che *deve volere*.

A proposito di “gusto medio” del pubblico televisivo, così Eco iniziava “La fenomenologia di Mike Bongiorno” inserita in *Diario minimo* e divenuta assai celebre: “L’uomo circuito dai *mass media* è in fondo, fra tutti i suoi simili, il più rispettato: non gli si chiede mai di diventare che ciò che egli è già. In altre parole gli vengono provocati desideri studiati sulla falsariga delle sue tendenze. Tuttavia, poiché uno dei compensi narcotici a cui ha diritto è l’evasione nel sogno, gli vengono presentati di solito degli ideali tra lui e i quali si possa stabilire una tensione. Per togliergli ogni responsabilità si provvede però a far sì che questi ideali siano di fatto irraggiungibili, in modo che la tensione si risolva in una proiezione e non in una serie di operazioni effettive volte a modificare lo stato delle cose”. (Eco 1963: 70) I personaggi irraggiungibili cui pensava Eco erano Kirk Douglas e Superman, ma il saggio era dedicato all’*everyman* Mike Bongiorno, che nella sua “mediocrità assoluta” (Eco parlava del personaggio, non dell’uomo) favoriva un immediato processo di identificazione con lo spettatore. Non particolarmente bello, o atletico, o intelligente, ignorante e quindi deferente verso l’esperto, con una concezione piccolo borghese del denaro e del suo valore, privo di senso dell’umorismo e

¹ Scena in cui compare peraltro lo stesso Eco, insieme a Valentino Bompiani.

utilizzatore di un *basic italian* che abolisce i congiuntivi e le subordinate, Mike Bongiorno convinceva il pubblico del valore della mediocrità e il pubblico lo ripagava amandolo: “Egli rappresenta un ideale che nessuno deve sforzarsi di raggiungere perché chiunque si trova già al suo livello. Nessuna religione è mai stata così indulgente coi suoi fedeli. In lui si annulla la tensione tra essere e dover essere. Egli dice ai suoi adoratori: voi siete Dio, restate immoti”. (*ibid.*: 78). Così Eco facendo della parodia su Mike Bongiorno mette in luce un meccanismo portante della televisione: offrire modelli medi per favorire un’identificazione senza sforzi.

Forse, secondo Eco, la televisione ci sta portando a una nuova *civiltà della visione*, e il rischio della comunicazione visiva è che costringa a una partecipazione passiva, che coinvolga riducendo la vigilanza dello spettatore. Del resto la comunicazione basata sull’immagine tende a imporsi con l’evidenza della realtà indiscutibile e sembra che l’*iconosfera* (di cui parlava all’epoca Cohen-Séat) stimoli un’attenzione emotiva e quindi scarsamente riflessiva.² Per contro, secondo Eco è importante che il linguaggio delle immagini, anziché provocare l’ipnosi, stimoli la riflessione critica. Inoltre Eco fa notare che l’informazione radio-televisiva scaraventa sul pubblico una mole vertiginosa di informazioni su quanto sta avvenendo, quindi sulla cronaca del presente, riducendo quella prospettiva storica che caratterizzava l’informazione tradizionale. Tuttavia se questa tendenza da un lato ha aspetti negativi perché sembra restringere il campo temporale dell’informazione, dall’altro consente di intervenire tempestivamente sul corso degli eventi, cosa che prima non era possibile perché le informazioni arrivavano quando gli eventi erano terminati.

Eco si chiede se non sia il caso di pensare a un moderato “dirigismo” culturale, cioè a una politica educativa da progettare con precisi obiettivi pedagogici per fare dei mezzi di comunicazione di massa dei veicoli di cultura democratica. Le ultime pagine del saggio, in cui l’autore auspica (forse utopisticamente) trasmissioni televisive che possano insegnare a vedere criticamente la televisione stessa, e prospetta una civiltà della televisione complementare a una civiltà del libro, vanno in questa direzione. Questo può funzionare, dice Eco, se si crede alla possibilità di una “cultura democratica”. Il problema è che spesso gli intellettuali sono segretamente persuasi del fatto che la cultura sia un fatto aristocratico e che a fronte di una élite di uomini colti vi siano le masse per le quali si può pensare solo a una sotto-cultura (la cultura di massa). Eco crede in una cultura democratica e auspica che gli intellettuali non si arroccino dietro un rifiuto indiscriminato dei mezzi di comunicazione di massa, ma anzi cerchino di studiarli: altrimenti il rischio è che una vasta popolazione di *consumatori* si ritrovi nelle mani di una *tecnocrazia* dei mass media che opererebbe senza argini contenitivi.

2. La fase semiologica: il modello semiotico-informazionale

2.1. Dalla parte del pubblico: la guerriglia semiologica

In *Apocalittici e integrati* Eco esprime la necessità di uno studio scientifico dei mass media, ma non ha ancora gli strumenti teorici per condurre questo tipo di studio. L’autore ha bisogno di un quadro teorico adatto e lo trova nel paradigma dello strutturalismo, attraverso il quale arriva, nel giro di pochi anni, a formulare una prima teoria semiologica (*La struttura assente*, 1968). Alla base della prima semiotica di Eco c’è il concetto di *codice*, regola che associa elementi del piano dell’espressione con elementi del piano del contenuto di un messaggio; nell’ambito delle comunicazioni di massa aveva avuto un certo successo la teoria dell’informazione (Shannon e Weaver 1949),³ che concepiva la comunicazione come *trasferimento* di messaggi da una fonte a un’altra: in questi anni Eco – partendo dal modello di Shannon e Weaver (1949), dagli studi di Jakobson sulle funzioni del linguaggio

² In queste pagine Eco mentre insiste – con forte ottimismo democratico – sulla possibilità di studiare e di modificare i mezzi audiovisivi, ne rileva in modo puntuale e anche un po’ profetico la natura fortemente emotiva, empatica e per certi versi irriflessiva. Notazioni quanto mai attuali in tempi di *post-verità* e di *fake-news*.

³ Cfr. anche Eco (1972).

(Jakobson 1960) e utilizzando la categoria di *codice* – focalizza la sua attenzione sui destinatari delle comunicazioni di massa e sulle loro attività di decodifica.

Il 23-24 ottobre del 1965 si tiene il *Colloquio per la impostazione di un modello di ricerca interdisciplinare sul rapporto televisione-pubblico* presso l'Istituto di Etnologia e Antropologia Culturale dell'Università di Perugia. Umberto Eco vi partecipa e presenta una relazione con Paolo Fabbri, Pierpaolo Giglioli, Franco Lumachi, Tullio Seppilli e Gilberto Tinacci Mannelli (gruppo di studio che aveva condotto una ricerca proprio sulle relazioni tra la televisione e il proprio pubblico, ricerca che riguardava peraltro i mass media in generale). L'anno seguente Eco pubblica il testo di questa comunicazione sulla *Rivista di estetica* (Eco 1966) e questo articolo assume oggi una particolare rilevanza perché gettando le basi per una ricerca semiotica sulla televisione e più in generale sui mezzi di comunicazione di massa, entra nel vivo di un dibattito che avrebbe portato alla messa a punto dei primi modelli semiotici. Qui Eco nel prospettare la possibilità di uno studio semiologico del messaggio televisivo prende i suoi primi strumenti dai formalisti russi e dagli strutturalisti di Praga e in particolare da Roman Jakobson. Secondo Eco anziché interrogarsi su ciò che il pubblico gradisce, bisogna chiedersi *cosa effettivamente il pubblico riceve* dei programmi televisivi. Per rispondere a questa domanda è necessario analizzare le trasmissioni televisive considerandole come fatti comunicativi (messaggi), e quindi considerando (i) le intenzioni dell'emittente, (ii) le strutture comunicative del messaggio, (iii) le reazioni del ricevente. Eco crede sia necessaria una prima fase di indagine semiologica in cui il messaggio televisivo venga concepito come un *sistema di segni*, cioè un *sistema di significanti* collegati a un *sistema di significati*. A seguire è necessaria una seconda fase di analisi sul pubblico, una sorta di verifica sul campo di ciò che i riceventi hanno effettivamente compreso. I tipi di ricezione dei messaggi, in effetti, sono vari e dipendono da diversi fattori e già in questo lavoro Eco si sofferma sulle possibili interpretazioni devianti rispetto alle intenzioni dell'emittente e le definisce "decodifiche aberranti": sono quei casi in cui i riceventi non riescono a capire e a interpretare "correttamente" un messaggio perché non posseggono il codice di una lingua, o perché applicano codici non adeguati. Le decodifiche aberranti, avverte Eco, sono fenomeni assai frequenti nelle comunicazioni di massa.

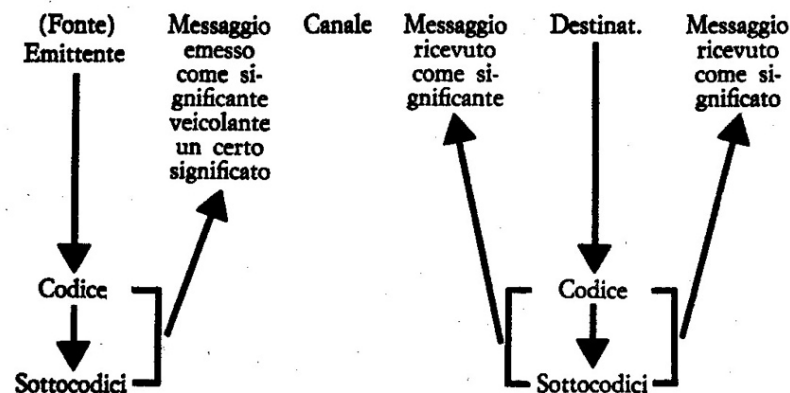
L'indagine semiologica – pertanto – parte dall'idea che la trasmissione televisiva sia un messaggio composto da significanti che trasmettono dei significati. Il codice è un sistema di regole convenzionali che presiedono all'organizzazione dei significanti e dei significati e possono articolarsi in sottocodici specifici (si pensi ai gerghi o ai linguaggi settoriali). In particolare il messaggio televisivo si basa su tre codici: il *codice iconico* (con diversi sottocodici tra cui quello iconologico e quello estetico); il *codice linguistico* (con diversi sottocodici tra cui i gerghi specializzati); il *codice sonoro* (con diversi sottocodici tra cui quelli emotivi). Per l'analisi del messaggio in sé Eco propone di utilizzare le sei funzioni di Jakobson (1960): la *funzione referenziale*, con la quale il messaggio indica qualcosa nella realtà circostante; la *funzione emotiva*, con la quale il messaggio mira a suscitare emozioni; la *funzione conativa o imperativa*, con la quale il messaggio mira a comandare qualcosa o a persuadere a una azione; la *funzione fática o di contatto*, con la quale il messaggio mira a stabilire un contatto psicologico con il ricevente; la *funzione metalinguistica*, con la quale il messaggio parla di se stesso o di un altro messaggio; la *funzione estetica*, con la quale il messaggio tende a presentarsi come sistema armonico in tutti i suoi livelli e in tutte le sue funzioni. Nel messaggio si stabilisce una dialettica tra *ovvietà e novità* (o tra *probabilità e improbabilità*; o tra *significato e informazione*). Vi sono messaggi che si attengono prevalentemente alle regole puntando sull'ovvietà e sulla probabilità, e messaggi più propensi alla trasgressione delle regole, e quindi più inclini alla novità e all'improbabilità.

Ora, se l'emittente codifica e confeziona il messaggio in base a un proprio quadro di riferimento culturale, il ricevente decodifica il messaggio sulla base del proprio quadro di riferimento culturale. L'immagine di una sfilata di mucche viene "letta" in modo diverso da un macellaio europeo e da un

bambino indiano.⁴ La pubblicità di una Jaguar stimola il desiderio di uno spettatore benestante e sentimenti di frustrazione di un povero diseredato. Ciò che emerge è che un messaggio può mirare a produrre certi effetti ma può scontrarsi con situazioni locali, disposizioni psicologiche, desideri, paure, e produrre risposte interpretative impreviste. I due poli della comunicazione, emittente e ricevente, hanno due quadri culturali, due *quadri ideologici* di riferimento che si confrontano e si scontrano nello spazio della comunicazione.⁵ È questo spazio di significazione e di comunicazione che l'indagine semiologica deve analizzare, lasciando poi ad altre metodologie di ricerca l'analisi della ricezione dei messaggi.

In questo modo Eco propone un modello di ricerca interdisciplinare sul rapporto televisione-pubblico sostenendo la necessità di uno studio comparato di quel che l'emittente vuole comunicare, di quel che il messaggio dice e di quel che il pubblico comprende:⁶ “Si potrebbe dire che, laddove gli studi sociologici sulle comunicazioni di massa si dividevano (e talvolta tuttora si dividono) tra un orientamento sul mittente (apparati e ideologia), uno sul messaggio (*content analysis*) e uno sul destinatario (rilevamento dei gradimenti, studio degli effetti), e la teoria dell'informazione lavora sul solo piano dell'espressione del messaggio, la prospettiva semiologica proposta da Eco unifica e al tempo stesso articola tutte queste prospettive.” (Marrone 2001: p. 43)

Nella comunicazione di Perugia viene messo a punto il seguente schema che rappresenta il processo comunicativo, che Eco riporta nel saggio “Il pubblico fa male alla televisione?” (1973b: 252):



Questo schema mette in evidenza il fatto che tra il messaggio codificato alla fonte e il messaggio ricevuto come significato dal destinatario possono esserci notevoli margini di difformità, e tali difformità possono dipendere dalle competenze linguistiche culturali e comunicative che caratterizzano in modo differenziato l'emittente e il destinatario.⁷ Quindi se da un lato i “messaggi” televisivi possono influenzare le opinioni degli utenti e addirittura forgiare le coscienze, dall'altro bisogna considerare i filtri culturali che determinano la ricezione di questi “messaggi”.

⁴ Cfr. “Il pubblico fa male alla televisione?”, *L'Espresso*, 8 aprile 2004; poi in Eco (2016: 167-170); ora in Eco (2018: 452-454).

⁵ Nell'articolo “Il cogito interruptus” Eco precisa che il medium *non* è il messaggio, come invece vorrebbe McLuhan: “il messaggio diventa quello che il ricevente lo fa diventare commisurandolo ai propri codici di ricezione che non sono né quelli dell'emittente né quelli dello studioso della comunicazione”. (Eco 1967b: 257) Il contenuto del messaggio dipende dalla lettura che se ne dà.

⁶ Cfr. Eco (1966). A proposito del convegno di Perugia del 1965 cfr. Wolf (1992).

⁷ Già nell'introduzione del 1964 a *Apocalittici e integrati*, parlando della possibilità di “manipolare” le masse, Eco scriveva: “Che poi le cosiddette masse stiano o no al gioco, se in realtà abbiano uno stomaco più forte di quanto credono i loro manipolatori, se sappiano esercitare una facoltà di discriminazione sui prodotti che vengono loro offerti da consumare, se sappiano risolvere in stimoli positivi, volgendoli a impieghi imprevisti, messaggi che erano stati emessi con tutt'altra intenzione – questo è un altro problema.” (Eco 1964: 13)

Sull'importante ruolo del destinatario Eco torna nella sua comunicazione al Congresso "Vision 67" che si tiene a New York nell'ottobre 1967, organizzato dall'International Center for Communication, Art and Sciences (Eco 1967a). È qui che Eco introduce l'idea di "guerriglia semiologica". Come si può migliorare – si chiede – la qualità con la quale i destinatari ricevono i messaggi dei *mass media*? Eco propone una soluzione di "guerriglia", cioè "un'azione per spingere l'udienza a controllare il messaggio e le sue molteplici possibilità di interpretazione", e ne specifica le modalità:

Bisogna occupare, in ogni luogo del mondo, la prima sedia davanti ad ogni apparecchio televisivo (e naturalmente: la sedia del leader di gruppo davanti ad ogni schermo cinematografico, ad ogni transistor, ad ogni pagina di quotidiano). Se volete una formulazione meno paradossale, dirò: la battaglia per la sopravvivenza dell'uomo come essere responsabile nell'Era della Comunicazione non la si vince là dove la comunicazione parte, ma là dove arriva. (Eco 1967a: 297)

Eco ha in mente un'azione che porti i vari tipi di pubblico a discutere dei messaggi che arrivano dai mezzi di comunicazione di massa, affinché i contenuti possano essere criticati e anche capovolti. Gli scienziati della comunicazione dovranno, secondo Eco, immaginare sistemi di comunicazione che permettano di "raggiungere ogni singolo gruppo umano, ogni singolo membro dell'udienza universale, per discutere il messaggio in arrivo alla luce dei codici d'arrivo, confrontandoli con quelli di partenza". (*ibidem*) L'obiettivo non è il controllo politico dell'opinione pubblica, ma il miglioramento delle forme ricettive e interpretative del pubblico. L'idea di una guerriglia interpretativa combattuta porta a porta ha un che di utopistico, ma a seguire Eco prefigura una possibilità più realistica quando pensa a una possibile "interrelazione dei vari media", dove un medium può dare dei giudizi sui messaggi di un altro medium in un esame reciproco che aumenti la consapevolezza del pubblico. È il caso dei giornali che criticano la televisione o dei programmi televisivi che parlano di altri programmi televisivi o delle trasmissioni radiofoniche che esaminano giornali e televisioni: una "rete intermediale" che Eco ha immaginato con notevole preveggenza e che può senz'altro aumentare la dimensione critica della ricezione.

Nel 1974 la Rai affida all'Istituto Gemelli un'indagine sperimentale per studiare le reazioni di un particolare pubblico-campione a fronte di una trasmissione prodotta in tre versioni differenti. Eco è co-autore di questi tre testi a carattere documentario giornalistico su un fatto inventato ma verosimile: si immaginano infatti scontri politico-religiosi a Vaduz, capitale del Liechtenstein, tra valdesi e anabattisti. Nella prima versione i fatti vengono presentati in modo lineare, nella loro successione cronologica, senza flashback e senza effetti di drammatizzazione. Nella seconda versione i fatti vengono "drammatizzati" attraverso l'inserimento di flashback. La terza versione è la più artistica, la più ambigua e presenta un montaggio alla Godard che rende manifesta la posizione interpretativa dell'autore. Ecco le parole di Eco: "il primo modo rispetta la successione cronologica degli eventi; il secondo anticipa il fatto culminante, poi torna indietro e ripercorre la sequenza iniziale dei fatti; il terzo non rispetta affatto la successione temporale e monta gli eventi secondo una tecnica 'cubista', che dipende dal modo in cui l'evento è soggettivamente rivissuto da chi lo racconta". (Eco 1976: 278) In tutte e tre le versioni si vuole comunicare il fatto che i dissensi razziali e religiosi coprono anche dissensi economici e l'obiettivo dell'esperimento è quello di individuare quali delle tre versioni risulti la più adatta a comunicare e a far comprendere una sequenza di fatti e il problema sotteso. Per questa ragione i tre filmati (montati da Aldo Grasso) vengono poi presentati a tre gruppi costituiti da persone di varia provenienza socio-culturale in modo che una équipe di psicologi possa analizzarne le reazioni. A proposito dei risultati, Eco (1976) dice che la prima versione sembra consentire una ricezione più attenta e più critica mentre la terza provoca emozioni acritiche nei meno colti e focalizza l'attenzione dei più colti sul modo di raccontare, ma non consente a nessuno una comprensione esatta dei fatti e una memorizzazione sufficiente. Ma ciò che colpisce maggiormente Eco è che la stragrande maggioranza dei soggetti non ha messo in dubbio la veridicità del racconto. È vero, nota Eco, che non vi sono motivi per non credere a una "bugia verosimile" se viene raccontata da una fonte autorevole, ed è vero che non si tratta certo di una notizia sensazionale che riguarda, per esempio, un

noto politico italiano (su cui il pubblico avrebbe potuto esercitare con più efficacia il proprio spirito critico); tuttavia la trasmissione ha toni drammatici e presenta il caso come particolarmente grave: come mai, si chiede Eco, il pubblico-campione non ha sospettato nulla? L'ipotesi di Eco è che nella ricezione dei messaggi manchi spesso un *controllo intertestuale*, cioè una verifica su altre fonti: "Una delle nostre possibilità di resistenza critica alle comunicazioni di massa consiste nel mettere i messaggi che riceviamo *gli uni contro gli altri*. Il lettore avveduto sa che può arrivare ad avere una panoramica soddisfacente su di un fatto comparando il trattamento che ne danno più fonti di informazione, anche se per avventura tutte fossero in qualche modo sospettabili. Perché un paese sia veramente civile non basta che tutti leggano *il giornale*: occorre che tutti leggano almeno due giornali (oppure leggano e ascoltino la radio, guardino più televisioni, e così via)". (*ibid.*: 280)⁸ L'"esperimento Vaduz" si inserisce quindi nell'ambito di quelle ricerche sulla ricezione dei messaggi dei mass-media che erano molto praticate in quel periodo. Tuttavia questa ricerca, come ha fatto notare Gianfranco Marrone, ha anche la particolarità e il pregio di mettere in evidenza un aspetto metodologico innovativo: difatti si parte qui dal presupposto che l'efficacia comunicativa sia collegata a determinate forme testuali: "è l'articolazione interna del testo, in tutti i suoi livelli e aspetti, a prospettare determinati atteggiamenti ricettivi". (Marrone 2018: 487)

2.2. Il modello semiotico-informazionale

In quegli anni Eco insiste molto sulla centralità del lavoro di decodifica del pubblico.⁹ Nel 1973 Paolo Fabbri pubblica un saggio da questo punto di vista fondamentale: "Le comunicazioni di massa in Italia: sguardo semiotico e malocchio della sociologia". In questo lavoro Fabbri avverte che nella cultura di massa non c'è – come paventano certi sociologi apocalittici – un emittente unico e occulto che si rivolge a una massa indifferenziata, ma c'è un emittente composito e ci sono classi diverse di riceventi che procedono a un trattamento differenziato dei discorsi. Secondo Fabbri è giunto quindi il momento di passare dalla domanda "cosa le comunicazioni di massa fanno ai riceventi?" alla domanda "cosa fanno *delle* comunicazioni di massa i riceventi?". Le ricerche sociologiche sugli effetti non hanno dato risultati di rilievo e dunque sembra opportuno analizzare i meccanismi di difesa che i riceventi mettono in atto per interpretare i messaggi mediatici. Nella ricezione entrano in gioco codici anche disomogenei, regole testuali e di genere, interessi, competenze e negoziazioni che rendono la decodifica un fenomeno assai complesso. Per questo Fabbri auspica una sociologia che diventi "scienza del senso e dei sistemi di significazione": di fatto una *semiotica* che si concentri sui testi e i suoi significati. Seguendo lo schema informazionale classico, i sociologi dei media avevano considerato un *emittente dogmatico* da una parte e un *ricevente monolitico* dall'altro, mentre Fabbri invoca l'adozione di una teoria dell'enunciazione in grado di rilevare il modo in cui i soggetti costruiscono i propri simulacri nello spazio dell'interazione comunicativa.¹⁰

In questo modo nasce quello che Eco e Fabbri (1978) definiscono "modello semiotico-informazionale", un modello che consente di concentrarsi sul contenuto e sulle modalità di ricezione dei messaggi, e non solo sugli aspetti tecnici del loro trasferimento da una fonte a un'altra.¹¹ Nel modello semiotico-informazionale è centrale l'attività di *decodifica*, cioè del processo con cui i componenti dei pubblici costruiscono un senso di ciò che ricevono dalla comunicazione di massa:

A seconda delle diverse situazioni socio-culturali, esiste una diversità di codici, ovvero di regole di competenza e di interpretazione. E il messaggio ha una forza significativa che può essere riempita con

⁸ Sul controllo intertestuale cfr. anche Eco (1978).

⁹ Cfr. Eco 1967b; 1971; 1973a; 1973b.

¹⁰ Sul saggio di Fabbri cfr. Eco (1999), Pozzato (1999), Marrone (2018).

¹¹ Sul saggio di Eco e Fabbri (1978) cfr. Wolf (1985: § 1.9) e Manetti (1992).

diversi significati, purché esistano diversi codici che stabiliscono diverse regole di correlazione tra dati significanti e dati significati. E qualora esistano codici di base accettati da tutti, si hanno differenze nei sottocodici, per cui una stessa parola capita da tutti nel suo significato denotativo più diffuso, può connotare per gli uni una cosa e per gli altri un'altra. (Eco e Fabbri 1978: 561-562)

Tra i processi di codifica e di decodifica delle comunicazioni di massa si apre quindi uno spazio di mediazione costituito dalle competenze dei destinatari, che possono coincidere (in parte o del tutto) o non coincidere (in parte o del tutto) con le competenze dell'emittente. Nello specifico, Eco e Fabbri analizzano il fenomeno della *decodifica aberrante* (concetto già introdotto nella comunicazione di Perugia del 1965), che si verifica quando l'interpretazione del messaggio è difforme rispetto alle intenzioni dell'emittente. Vengono quindi isolati quattro casi in cui possono verificarsi le decodifiche aberranti:

(i) *Incomprensione (rifiuto) del messaggio per totale carenza di codice*. È il caso in cui l'informazione di massa arriva in quanto *segnale fisico* ma non viene *decodificata*: “Vale a dire che i segnali fisici (parole, immagini) non vengono intesi come significanti correlabili a un significato. Passano come *rumore*. Questo fa sì che in molte situazioni sociali la stampa e la televisione non agiscano come trasmissione di notizie tra il centro e la periferia, ma come trasmissione di messaggi *in chiave* tra gruppi di potere diversi, al di sopra della testa dei loro apparenti destinatari”. (*ibid.*: 562).

(ii) *Incomprensione del messaggio per disparità di codici*. L'incomprensione può essere di carattere *denotativo*, se non si comprende il significato elementare di un termine, o di tipo *connotativo*, se si individua il significato primario ma si attribuisce al significato una serie di connotazioni diverse.

(iii) *Incomprensione del messaggio per interferenze circostanziali*. Sono casi in cui il destinatario è in possesso del codice dell'emittente e capisce il messaggio, ma lo interpreta in relazione ai propri orizzonti di aspettative (in pratica usa il messaggio come conferma di ciò che crede). Sono casi – ricordano Eco e Fabbri – studiati in particolare dalla sociolinguistica e dall'etnometodologia.

(iv) *Rifiuto del messaggio per delegittimazione dell'emittente*. Sono casi di rifiuto aprioristico in cui la fonte viene messa “fuori campo”: “Queste situazioni sono tipiche di comunità periferiche (o per ragioni geografiche o per ragioni di classe) che sentono il Potere, e quindi i mezzi di massa quali emanazioni del Potere, come antagonisti. Ma possono verificarsi anche in situazioni sociali diverse, per esempio in casi di tensione politica in cui la televisione governativa o la stampa capitalista viene sentita come fonte «inattendibile» da gruppi rivoluzionari o da comunità operaie”. (*ibid.*: 564)

Se le decodifiche aberranti sono inintenzionali e dipendono da competenze socioculturali diverse, si entra nella problematica che riguarda la differenza tra culture definite egemoni e altre culture dette subalterne. A questo proposito Eco e Fabbri chiamano in causa due ipotesi sociolinguistiche: (i) l'*ipotesi deficitaria* e (ii) l'*ipotesi differenziale*. Secondo l'*ipotesi deficitaria* esistono culture subalterne che non hanno un bagaglio di conoscenze adeguato per decodificare certi messaggi (per esempio quelli massmediatici). Queste culture possiedono un codice ristretto, conseguenza di una scarsa scolarizzazione e/o di una posizione svantaggiosa nella struttura sociale. Già Fabbri nel suo saggio del 1973 aveva messo in evidenza una fallacia di questa ipotesi: si presume infatti che il destinatario abbia capito male perché si verifica il suo grado di comprensione del messaggio attraverso test puramente verbali, mentre c'è molta differenza tra comprensione di un messaggio e capacità di verbalizzare quel che si è compreso. Eco e Fabbri propendono per l'*ipotesi differenziale*, secondo la quale il problema non è l'ampiezza della competenza culturale, quanto piuttosto i differenti orientamenti funzionali della cultura “colta” e della cultura “popolare”. La cultura “colta” avrebbe un orientamento prevalentemente metalinguistico e astratto, mentre la cultura “popolare” si organizzerebbe prevalentemente intorno a significati particolaristici e molto legati al contesto enunciativo. Da questa prospettiva la differenza risiederebbe nella specificità dei codici e delle culture. Se invece la decodifica è intenzionalmente divergente rispetto a quella predisposta dall'emittente, allora siamo in presenza di quella che Eco ha chiamato *guerriglia semiologica*. Secondo Eco il telespettatore anziché ricevere passivamente quel che viene trasmesso può distorcere tatticamente i messaggi televisivi riarticolarlo il senso delle trasmissioni che consuma. È importante

contestualizzare anche storicamente l'idea di *guerriglia semiologica* in quanto *decodifica intenzionalmente divergente* rispetto a quella predisposta dall'emittente: “La nozione di *guerriglia semiologica* venne elaborata nell'ottica del controllo politico delle comunicazioni di massa, soprattutto nel periodo del post-sessantotto: il suo scopo principale era quello di mettere a confronto i codici dell'emittente e del destinatario, non per ricomporli nei termini di un adeguamento, ma per metterne in risalto la massima divergenza, permettendo così alle differenze ideologiche di esplodere. In tal modo si considerava possibile raggiungere lo scopo di un efficace controllo sociale dei media, che doveva applicarsi non al livello della fonte (controllo delle posizioni dirigenziali negli apparati delle comunicazioni di massa), ma dei pubblici, chiamati a istituzionalizzare il rifiuto del codice egemone”. (Manetti 1992: 65)

3. I media e la realtà: *Neo TV e TV Verità*

3.1. Il problema dell'obiettività

In una relazione tenuta il 15 aprile 1978 a un convegno milanese organizzato dalla Casa della Cultura Eco affronta il problema dell'*oggettività dell'informazione*.¹² A partire da una polemica sull'obiettività giornalistica che circa dieci anni prima aveva coinvolto diversi giornalisti autorevoli e che era stata originata proprio da una inchiesta di Eco pubblicata dall'*Espresso*, ora l'autore intende chiarire i termini della questione. Eco ricorda che in linea teorica l'obiettività è irraggiungibile “perché un giornale fa interpretazione non solo quando mescola commento e notizia, ma anche quando sceglie come impaginare l'articolo, come titolarlo, come corredarlo di fotografie, come metterlo in connessione con un altro articolo che parla di un altro fatto; e soprattutto un giornale fa interpretazione quando decide quali notizie dare.” (Eco 1983: 129) Tuttavia se in linea di principio l'obiettività non è raggiungibile, possiamo concepire dei criteri empirici per ricercare una obiettività “bassa”, fondata cioè sul ragionevole compromesso:

Ma in definitiva concordo, c'è un limite basso dell'obiettività che consiste nel separare notizia e commento; nel dare almeno quelle notizie che circolano via agenzia; nel chiarire se su una notizia vi sono valutazioni contrastanti; nel non cestinare le notizie che appaiono scomode; nell'ospitare sul giornale, almeno per i fatti più vistosi, commenti che non concordino con la linea del giornale; nell'aver il coraggio di appaiare due commenti antitetici per dare la temperatura di una controversia, eccetera eccetera. Tutti criteri empirici, che non tolgono al giornale la sua natura di messaggio complessivamente dipendente da una determinata visione del mondo, ma che almeno permettono al lettore di sospettare che visioni del mondo ci siano, e siano più di una. (Eco 1983: 131)

Secondo Eco negli anni Settanta i media hanno realizzato un'obiettività di questo tipo, che potremmo definire “bassa” o “empirica”, in modo più soddisfacente rispetto a quanto accaduto negli anni Cinquanta e Sessanta; e questo perché si è profilata un'udienza più esigente nei confronti dei media, perché si è sviluppata un'informazione alternativa (giornali di nicchia, radio indipendenti, nuovi canali televisivi privati), per la progressiva presa di coscienza dei giornalisti. A complicare la situazione si è diffusa la produzione dei cosiddetti “fatti-notizia”. Eco dice che il fenomeno è maturato solo negli ultimi tempi (siamo nel 1978) ma sta coinvolgendo profondamente il mondo del giornalismo e della notizia. Si tratta di produrre fatti affinché diventino notizie:

Il bonzo vietnamita che si cosparge di benzina, il giovane americano che brucia pubblicamente la cartolina prechetto, il radicale che digiuna – tutti eredi spirituali del primo genio che intuì le possibilità date da una società delle comunicazioni, e cioè il Mahatma Gandhi – sono stati tra i primi a praticare una attività che possiamo chiamare “produzione di messaggi per mezzo di messaggi”. Uccidersi, digiunare, esporsi alla

¹² Ora in Eco (1983: 129-143).

condanna per rifiuto della leva senza che nessuno lo venga a sapere, è un gesto inutile. Il gesto diventa utile proprio perché se ne parla, e diventa non un gesto materiale (la mia morte, il mio digiuno) ma un gesto simbolico che parla d'altro (le ragioni per cui muoio, digiuno, brucio la cartolina). (*ibid.*: 135)

La tecnica consiste dunque nel produrre notizie per mezzo di fatti-messaggio, e se ben utilizzata può portare a un efficace controllo dei media. Del resto i media non possono tacere notizie di questo tipo, se non altro perché le fonti informative si sono moltiplicate (e nel 1978 non c'era ancora Internet): “Su questi presunti fatti la stampa deve avere il coraggio di dichiarare che sta facendo qualcosa di più che non dare una notizia: prende parte, ne cerca le motivazioni, le cela e le svela, interpreta il valore simbolico di qualcosa prodotto come atto di comunicazione sin dall'origine.” (*ibid.*: 139) In altri termini, secondo Eco conviene in questi casi dare la notizia e nel contempo svelare il meccanismo simbolico del fatto-notizia.

Ma perché i media *devono* dare notizie straordinarie anche se si sa che sono costruite per avere un'eco mediatica? Ponendosi questa domanda Eco arriva a riflettere sui criteri che regolano la selezione delle notizie nei media. È notizia, com'è noto, ciò che è eccezionale. L'uomo che morde il cane, non il cane che morde l'uomo. Eppure l'autore nota come questa concezione della notizia stia all'opposto di ogni nozione storica e scientifica di fatto significativo. In storia e nelle scienze esatte è significativo ciò che è ripetitivo e costante, non ciò che è straordinario. I media invece rifiutano il ripetitivo, cercano notizie eccezionali e tendono a presentare come eccezionali anche eventi minori, pur di riempire gli spazi e fare profitto. Il terrorismo nell'Italia di quegli anni produceva eventi-notizia e sfruttava proprio questa ideologia del mezzo.

Forse l'unico modo per ripensare il concetto stesso di obiettività, secondo Eco, passa attraverso una rieducazione del pubblico al concetto di notizia. Anziché stimolare il pubblico solo con *fatti emergenti*, i media dovrebbero abituare il proprio pubblico all'importanza dei *fatti continui*, dei fatti “normali”, che spesso spiegano anche l'insorgere dei fatti straordinari:

L'ideologia della notizia vuole che si sbatta il morto, o il mostro, in prima pagina. Non ha educato né il pubblico né il giornalista a sbattere il vivo, o il normale, in prima pagina. Infatti questa operazione richiede molta più perizia, capacità di analisi e capacità di coinvolgimento, diciamo la parola, molta più professionalità, o almeno una professionalità diversa da quella tradizionale. (*ibid.*: 142)

Eco è consapevole del fatto che questa riformulazione dell'ideologia della notizia è una utopia verso cui tendere. Nell'immediato, l'autore consiglia di giocare a carte scoperte. I media possono, anzi devono esplicitare le proprie scelte e le proprie operazioni. Se si raccontano dei fatti terroristici, si deve spiegare che si tratta anche di messaggi, o meglio di fatti-notizia. E di fronte a qualsiasi resoconto, a qualsiasi montaggio di notizie, conviene dichiarare apertamente la propria prospettiva (la propria parzialità) e il proprio diritto-dovere di interpretare i fatti.

3.2. Neo-tv e tv-verità, ovvero la televisione che parla di se stessa

In un intervento del 1983 (“TV: la trasparenza perduta”) Eco presenta i caratteri della cosiddetta *Neotelevisione*. Il saggio inizia così: “C'era una volta la Paleotelevisione, fatta a Roma o a Milano, per tutti gli spettatori, parlava delle inaugurazioni dei ministri e controllava che il pubblico apprendesse solo cose innocenti, anche a costo di dire le bugie. Ora, con la moltiplicazione dei canali, con la privatizzazione, con l'avvento di nuove diavolerie elettroniche, viviamo nell'epoca della Neotelevisione”. (Eco 1983a: 313)¹³ Secondo Eco “la caratteristica principale della Neo Tv è che essa sempre meno parla (come la Paleo Tv faceva o fingeva di fare) del mondo esterno. Essa parla di se

¹³ Sulla moltiplicazione dei canali e dei mezzi cfr. Umberto Eco, “La moltiplicazione dei media”, in *Sette anni di desiderio*, Milano, Bompiani, 1983, pp. 212-216.

stessa e del contatto che sta stabilendo col proprio pubblico. Non importa cosa dica o di cosa parli (anche perché il pubblico col telecomando decide quando lasciarla parlare e quando passare su un altro canale). Essa, per sopravvivere a questo potere di commutazione, cerca di trattenere lo spettatore dicendogli: ‘io sono qui, io sono io, e io sono te’.” (*ibid.*: 314) Questo carattere di autoriflessività porta la televisione a marcare sempre di più la sua presenza. Se la *paleo tv* si preoccupava di raccontare la realtà con un effetto di neutralità, nascondendo quindi le proprie tracce, la *neo tv* non si preoccupa di svelare la propria presenza, anzi la esibisce. E così ecco che si cominciano a vedere gli strumenti tecnici, che prima dovevano rimanere rigorosamente nascosti: la giraffa per il microfono, la telecamera stessa, il telefono del telegiornale, l’applauso apertamente richiamato. Ricorrendo alla terminologia di Jakobson, possiamo dire che la *neo tv* accentua la funzione fática rispetto a quella referenziale. Il rapporto con la realtà è importante, ma diventano sempre più importanti e invadenti i segnali con cui la televisione mette in scena la propria attività. Svelando l’artificio si produce peraltro un forte *effetto di spontaneità* che tende a caratterizzare la comunicazione mediatica di quegli anni.¹⁴ Sempre su questa linea, Eco nota (e ricordiamo che siamo nel 1983) come sempre più la televisione si stia trasformando “da *veicolo di fatti* (ritenuto neutrale) in *apparato per la produzione di fatti*, da specchio della realtà a produttore di realtà.” (*ibid.*: 170) La televisione entra nei fatti e ne condiziona l’evoluzione: “a Vermicino un bambino è caduto *davvero* nel buco, ed è *vero* che vi è morto. Ma tutto quello che si è svolto tra l’inizio dell’incidente e la morte è avvenuto come è avvenuto perché c’era la televisione. L’evento, catturato televisivamente al proprio nascere, è diventato *messa in scena*.” (*ibid.*: 325) Eco mette a fuoco qui la ben nota capacità dei media di costruire in qualche misura la realtà, se non altro perché la presenza delle telecamere influisce sulla preparazione e sul corso degli eventi. Il matrimonio del principe ereditario del Regno Unito, nota Eco, è stato concepito per la televisione, e se si riguardano oggi le nozze tra Ranieri di Monaco e Grace Kelly di venticinque anni prima si capisce come i grandi eventi dell’epoca pre-televisiva fossero radicalmente diversi. Con la *neo tv*, inoltre, è entrata in crisi la dicotomia tra programmi d’informazione, che dovrebbero raccontare la verità, e programmi di finzione, che dovrebbero intrattenere il pubblico. I programmi di intrattenimento (per esempio i cosiddetti programmi-contenitore) tendono a diventare programmi d’informazione, e viceversa i programmi d’informazione assumono anche la funzione di intrattenimento. Con questa indicazione Eco individua un fenomeno che caratterizzerà sempre più la televisione degli anni successivi, e oggi sappiamo quanto l’informazione sociale e politica sia passata soprattutto attraverso i programmi di intrattenimento, e quanto i telegiornali siano stati contaminati da forme di spettacolarizzazione. La *neo tv*, in definitiva, sembra molto concentrata su se stessa: sulle proprie tecniche, sui propri mezzi, sulla propria capacità di ricostruire gli eventi, sui propri palinsesti. La tv sembra proprio, per riprendere una vecchia definizione, “una finestra aperta su di un mondo chiuso”.

È in questo quadro neotelevisivo che negli anni Ottanta si inseriscono le trasmissioni della *tv verità* come *Telefono giallo*, *Chi l’ha visto?*, *Un giorno in pretura*, che sembrano voler entrare in modo “diretto” e “trasparente” in certe realtà quotidiane. Queste trasmissioni “sembrano rilanciare l’idea di una *finestra sul mondo*, ma in realtà iniziano a costruire *mondi in vitro*. La tv, anziché inquadrare il reale, ritagliandolo, selezionandolo e discutendone gli elementi di interesse, inizia a costruirsi i ‘suoi’ eventi”. (Lorusso 2018: 23) *Un giorno in pretura*, che inizia ad andare in onda nel 1988, entra nelle aule dei tribunali e mette in onda processi e sentenze, ed Eco rispetto a questa pratica prende fin da subito una posizione fortemente critica. Innanzitutto facendo notare che queste trasmissioni televisive sono montate, e quindi quello che si vede non sono i processi nella loro interezza, ma delle scelte: “Quindi non vediamo la Giustizia in azione, ma la Televisione che interpreta la Giustizia”.¹⁵ Scrive Eco: “Non sono ammesso allo svolgimento di un ‘fatto’, bensì seguo il ‘racconto di un fatto’, dove

¹⁴ Cfr. “Il bello della diretta”, *L’Espresso*, 19 luglio 1987, ora in Eco (2018: 393-395).

¹⁵ Cfr. “È attentato alla Costituzione il processo ripreso in TV”, *L’Espresso*, 7 marzo 1993; poi in Eco (2000: 199-200); ora in Eco (2018: 420-422).

qualcuno ha scelto, nel flusso degli eventi, quelli che gli parevano più significativi e drammatici”.¹⁶ In secondo luogo Eco fa notare che il mezzo televisivo altera le dinamiche della realtà processuale: “ritengo che pubblico ministero, giudici, avvocati, e imputati, alla presenza delle telecamere, siano costretti a comportarsi, anche se non se ne rendono conto, in modo diverso da come si comporterebbero in un’aula normale”.¹⁷ E ancora: “Sapere che ci sono cinque milioni di spettatori che ti seguono, influenza il comportamento di chiunque”.¹⁸ In terzo luogo Eco fa notare che mentre il pubblico di un’aula giudiziaria decide di andare ad assistere e deve tenere un comportamento consona peraltro controllato dal giudice, la trasmissione televisiva richiama l’attenzione anche di telespettatori non interessati, e quindi deresponsabilizzati. La ripresa televisiva concede, insomma, una sorta di *diritto allo sbirciamento*.

Eco scrive questi articoli all’inizio degli anni Novanta, in particolare nel 1993, quando iniziano i processi televisivi di tangentopoli, e già poco tempo dopo rileva che – avendo perso di importanza il dibattito per via dei ritmi televisivi – gli imputati puntano quasi esclusivamente sulla delegittimazione spettacolare dell’accusa: “Quindi il processo televisivo non riguarda più un dibattito tra le due parti che presentano prove e controprove: riguarda, e prima ancora del processo, un duello massmediatico tra futuri imputati e futuri procuratori (e possibilmente giudici) a cui l’inquisito contesta il diritto di giudicarlo. (...) Il segreto della vittoria in un processo televisivo è dimostrare che l’accusatore (e possibilmente il giudice) è un criminale”.¹⁹ Il mezzo televisivo, pertanto, ha iniziato a modificare nella sostanza le modalità processuali.

C’è poi un altro rischio. Eco ricorda che i mezzi di massa, e in particolar modo la TV, funzionano sempre mettendo in gioco la figura retorica dell’esempio.²⁰ L’esempio non è un’argomentazione valida (lo diceva già Aristotele), e lascia supporre che esso sia rappresentativo di tutti gli altri casi. Se si presenta il caso di un carabiniere che ha sparato sulla folla, l’effetto della notizia può generare un senso di sfiducia in tutti i carabinieri, mentre occorrerebbe considerare i dati complessivi – quanti carabinieri vi sono in Italia, quanti sono stati coinvolti in eventi così negativi – per poter dare un quadro statistico articolato. Dice Eco: “i mass media funzionano purtroppo così. Bisogna certo dare la notizia che un professore di matematica ha ucciso la moglie a colpi di martello, ma bisogna sapere che, agli occhi del pubblico, da quel momento tutti i professori di matematica diventano sospetti”. (Eco 1989: 407) Il problema delle trasmissioni che riprendono i processi, come *Un giorno in pretura*, è che costruiscono degli esempi e li danno in pasto ai telespettatori.

La Neo-TV e la TV-verità, rimarcando la propria presenza e producendo strategici effetti di spontaneità, enfatizzano l’atto comunicativo a discapito del discorso e dei suoi contenuti: come ha scritto Gianfranco Marrone, “la verità dell’enunciato è del tutto soggetta a quella dell’enunciazione”. (Marrone 2018: 496) Quello che si produce è un efficace effetto di spontaneità dall’esito chiaro: “credo a quel che mi viene detto perché è spettacolo puro”. (*ibid.*: 497)

Gianfranco Marrone (2018) ha parlato giustamente di una fase etico-estetica della riflessione di Eco sulle comunicazioni di massa. Permane infatti l’interesse estetico per le modalità di costruzione dei testi massmediatici, ma tale interesse è accompagnato da forti prese di posizione etiche. Non è un caso che dal 1985 gli interventi di Eco sulle comunicazioni di massa si trovino soprattutto nella sua rubrica dell’*Espresso* “La bustina di Minerva”. Per cogliere l’atteggiamento etico di cui si sta parlando, si veda l’inizio dell’articolo “È attentato alla Costituzione il processo ripreso in TV” (*L’Espresso*, 7 marzo 1993), a proposito del processo televisivo all’ex assessore Walter Armanini:

¹⁶ Cfr. “Se l’imputato è d’accordo, chi garantisce il testimone?”, *L’Espresso*, 14 marzo 1993; poi in Eco (2000: 201-202); ora in Eco (2018: 423-425).

¹⁷ Cfr. “È attentato alla Costituzione il processo ripreso in TV”, *L’Espresso*, 7 marzo 1993, articolo citato.

¹⁸ Cfr. “Se l’imputato è d’accordo, chi garantisce il testimone?”, *L’Espresso*, 14 marzo 1993, articolo citato.

¹⁹ Cfr. il già citato “Se l’imputato è d’accordo, chi garantisce il testimone?”, *L’Espresso*, 14 marzo 1993, articolo citato.

²⁰ Cfr. “Come funziona la TV-verità”, *L’Espresso*, 19 marzo 1989, ora in Eco (2018: 405-407).

Ho seguito con molta tristezza e civile preoccupazione la trasmissione del processo in cui è stato condannato l'ex assessore Walter Armanini. Come persona dotata di senso morale e rispetto per le garanzie costituzionali, stavo dalla sua parte. Non perché lo ritenessi innocente (non ho motivo di discutere la sentenza) ma perché vedevo il volto di un uomo esposto alla gogna, spiato in ogni piega del labbro o contrazione delle mascelle, esposto al ludibrio di milioni di spettatori. Questo tipo di gogna vale un ergastolo. È vero che in passato c'erano le pubbliche esecuzioni in piazza, ma proprio per questo noi ci riteniamo più civili dei nostri avi. Inoltre la pubblica esecuzione riguardava un reo, mentre un processo riguarda un imputato che non è ancora stato giudicato colpevole". (Eco 2018: 420)

In seguito Eco racconterà di essere stato pesantemente attaccato dalla "migliore intelligenza democratica" del paese, come se con questa sua presa di posizione avesse voluto difendere i corrotti.²¹ In realtà tentava di mostrare con osservazioni estetiche ed etiche alcune degenerazioni della neo-televisione che entrava nelle aule processuali: il montaggio televisivo come scelta di sequenze; l'alterazione del rito per la presenza delle telecamere; il coinvolgimento di un pubblico amplissimo, distratto e quindi incline allo sbirciamento; l'effetto-gogna del tutto anticostituzionale. Per questa via, paventava Eco, il processo si farà attraverso i mass media e l'aula di giustizia sancirà il giudizio dei media. Tutti abbiamo visto cosa è successo nel corso degli anni.

3.3. La stampa: guardare di più al mondo, e meno nello specchio

In un convegno su «Informazione e politica» che si svolge a Roma, presso la Presidenza del Senato, nel 1995, Eco tiene un seminario in cui presenta un *cahier de doléances* sulla situazione della stampa italiana, in particolare nei suoi rapporti con il mondo politico (cfr. Eco 1997). Essendo ormai la televisione la prima fonte di diffusione delle notizie, i quotidiani si sono sempre più "settimanalizzati": "Il quotidiano è diventato sempre più simile a un settimanale, con lo spazio enorme che dedica al varietà, alla discussione di fatti di costume, di pettegolezzi sulla vita politica, di attenzione al mondo dello spettacolo." (*ibid.*: 57) Per contro, i settimanali di fascia alta devono riposizionarsi e spesso invadono il campo del pettegolezzo che caratterizzava i settimanali di fascia medio-bassa, rischiando di perdere la propria identità tradizionale. Questo è capitato negli ultimi anni a settimanali assai diffusi in Italia come *L'Espresso* e *Panorama*, che fanno ormai fatica a differenziarsi. Con la "settimanalizzazione" i quotidiani tendono ad aumentare le pagine e a introdurre supplementi che consentono di aumentare gli introiti pubblicitari, ma poi gli spazi vanno riempiti e allora bisogna inventare le notizie o trasformare in notizia quello che notizia non è.

Un'altra caratteristica critica della stampa italiana, secondo Eco, è la sua dipendenza dalla tv. La stampa è succube della tv: "È la tv che fissa, come si suol dire, l'agenda della stampa. Non c'è stampa al mondo dove le notizie televisive finiscano in prima pagina, a meno che la sera prima Clinton o Mitterrand non abbiano parlato dai teleschermi, o che sia stato sostituito l'amministratore delegato di una catena nazionale." (*ibid.*: 62) Non è detto che le cose debbano andare per forza così. Eco prende l'esempio del New York Times, che includendo anche supplementi e allegati conta 569 pagine. A parte brevi riferimenti a programmi specifici, i temi televisivi non compaiono: "Quindi non è vero che occorre parlare di televisione per riempire le pagine e interessare il pubblico. È una scelta, non una necessità." (*ibid.*: 63) Peraltro parlando continuamente di televisione e di eventi televisivi, la stampa pubblicizza un proprio concorrente e contribuisce a eleggerlo quale *medium* privilegiato: "la stampa, per attirare il pubblico della televisione, ha imposto la tv come spazio politico privilegiato, pubblicizzando oltre misura il proprio concorrente naturale. I politici ne hanno tratto le dovute conseguenze: hanno scelto la televisione, ne hanno assunto il linguaggio e i modi, sicuri che solo così si sarebbe avuta anche l'attenzione della stampa." (*ibid.*: 65) Del resto, quando non parla della tv, la stampa parla di se stessa, e in questo ha imparato dalla televisione, che per lo più parla della

²¹ Cfr. "In TV non si prova l'innocenza. Si delegittima l'accusa", *L'Espresso*, 12 novembre 1995; poi in Eco (2000: 211-212; ora in Eco (2018: 429-431).

televisione: si susseguono quindi dichiarazioni che vengono riprese da altri giornali e si citano interviste e commenti di altre testate in un circuito autoriflessivo e asfittico: “Così – dice Eco – i mass media, da finestra sul mondo, si trasformano in uno specchio, gli spettatori e i lettori guardano a un mondo politico che rimira se stesso, come la regina di Biancaneve.” (*ibid.*: 70)

Eco si chiede cosa si può fare per tentare di risolvere e superare queste contraddizioni. Una via potrebbe essere quella di un quotidiano di poche pagine (10-12), solo con le notizie più importanti del giorno prima. Ma questa via implicherebbe un tremendo calo di vendite, e soprattutto in questo modo si rischierebbe di perdere la funzione critica della stampa, a quel punto delegata esclusivamente alla televisione. L'altra via sarebbe quella che Eco definisce “dell'attenzione allargata”:

il quotidiano rinuncia a diventare settimanale di varietà, e diventa austera e attendibile miniera di notizie su tutto quello che avviene nel mondo; non parlerà solo del colpo di stato avvenuto ieri in un paese del Terzo Mondo, ma avrà dedicato agli eventi di questo paese una attenzione continua, anche quando i fatti a venire erano in incubazione, riuscendo a spiegare al lettore perché (per quali interessi economici o politici, anche nazionali) si doveva essere attenti a quando avveniva laggiù. Ma questo tipo di stampa quotidiana richiede una lenta educazione del lettore; oggi, in Italia, un quotidiano, prima di essere pervenuto a educare i propri lettori, li avrebbe perduti. Persino il *New York Times*, che pure ha lettori educati e agisce a New York in regime praticamente monopolistico, trova ormai il coloratissimo e più leggero *US Today* che gli sottrae lettori. (*ibid.*: 75-76)

Ma poi Eco accenna a una terza via, che vent'anni fa si intravedeva all'orizzonte ma che oggi prende forma sotto i nostri occhi: è la via telematica e interattiva consentita da Internet e dalle nuove tecnologie. Ognuno potrebbe farsi il proprio quotidiano in casa, dice Eco, accostando e montando notizie da varie fonti a seconda dei propri interessi. E questo è quanto fanno molti giovani oggi, avendo molta pratica con l'uso delle nuove tecnologie. Ci sono i siti dei giornali, i siti dei canali televisivi, i social network, i blog, e molti già oggi non sentono più la necessità di acquistare il quotidiano cartaceo. Lo scenario sembra interessante perché mostra un'informazione aperta, libera, personalizzata. Ma bisogna considerare alcuni fattori di rischio: anzitutto si rischia di avere una élite di utenti informatissimi (i giovani, gli acculturati, gli esperti di nuovi media), che sanno dove cercare le notizie, e una massa di subproletari dell'informazione. Inoltre, non è detto che la rete sia del tutto acefala e che sia sottratta a ogni controllo dall'alto. Infine, bisogna considerare che l'eccesso di informazione (offerta potenzialmente dalla rete) può portare all'impossibilità di una selezione accurata: “L'eccesso di informazione porta o a criteri casuali di decimazione, o a scelte oculate permesse, di nuovo, a una élite educatissima.” (*ibid.*: 78) I problemi della stampa e dei media sono molti e complessi e gli scenari futuri interessanti, ma per il momento Eco si limita a dare un consiglio operativo alla stampa e al mondo politico: “guardare di più al mondo, e meno nello specchio”.

4. Dai vecchi ai nuovi media

Gli interventi sull'*Espresso* che risalgono al periodo 2000-2015 sono in parte raccolti nel volume *Pape Satàn Aleppo*, pubblicato nel 2016 poco dopo la morte di Eco. Tra questi interventi, alcuni riguardano le comunicazioni di massa, che continuano a richiamare l'attenzione di Eco. In questi scritti si possono delineare almeno tre aree tematiche su cui l'autore torna insistentemente: (i) il problema della *privacy* in relazione all'eccesso di *visibilità*; (ii) la necessità di valutare le notizie in una prospettiva storica e statistica; (iii) il problema del filtraggio sul web e sui social.

(i) In alcuni interventi giornalistici di fine anni Novanta, Eco comincia a riflettere sul problema della *privacy*, cioè del “diritto alla riservatezza”, in relazione alla diffusione delle nuove tecnologie.²² Nell'epoca informatica, infatti, è possibile registrare ogni mossa di ogni cittadino, da quando va a

²² Cfr. “Educare alla privacy”, *L'Espresso*, 28 maggio 1998; poi in Eco (2000: 139-140); ora in Eco (2018: 443-445).

fare la spesa con la carta di credito a quando esce dall'autostrada pagando con il bancomat. Se su Internet si vuole scaricare un programma, si devono dare in cambio delle informazioni private. Parlando della trasmissione *Grande Fratello*,²³ Eco nota che mentre il pubblico guarda la trasmissione, alle sue spalle c'è il Grande Fratello vero, “fatto di vari gruppi di potere che controllano quando entriamo in un sito su Internet, quando paghiamo con la carta di credito in un hotel, quando comperiamo qualcosa per posta, quando ci viene diagnosticata una malattia all'ospedale, e persino quando circoliamo per un supermarket monitorato da una TV a circuito chiuso. Si sa che, se queste pratiche non verranno rigorosamente controllate, si potrebbe accumulare alle spalle di ciascuno di noi un'impressionante somma di dati che ci renderebbero totalmente trasparenti, sottraendoci ogni intimità e riservatezza”. (Eco 2018: 447)

Curiosamente, però, Eco nota che la difesa della *privacy* sembra affermarsi in un universo in cui non si desidera più: l'autore pensa qui alle persone comuni che corrono in televisione a litigare con il proprio partner o a raccontare di una malattia terribile che hanno subito, o che parlano ad alta voce al telefonino mettendo in pubblico le proprie questioni private. È la necessità di “essere visti”, di apparire.²⁴ Le persone, pur di non vegetare in uno “spaventoso e insopportabile anonimato”, fanno di tutto per apparire in televisione o nei canali video della rete. Bisogna mostrarsi all'occhio della società, all'occhio degli altri, “per non sprofondare nel buco nero dell'anonimato, nel vortice della dimenticanza”. (Eco 2016: 35) L'unico modo di acquistare un riconoscimento sociale è quello di “farsi vedere” e anche Bauman, ricorda Eco, parla di “società confessionale che promuove la pubblica esposizione di sé al rango di prova eminente e più accessibile, oltre che verosimilmente più efficace, di esistenza sociale”. (*ibid.*: 42) Non è importante la reputazione, ma la notorietà, e del resto la “frenesia dell'apparire” nasce proprio dalla perdita della vergogna: “Conta essere ‘riconosciuto’ dai propri simili, ma non nel senso del riconoscimento come stima o premio, bensì in quello più banale per cui, vedendoti per strada, gli altri possano dire ‘guarda, è proprio lui’”. (*ibid.*: 36) Ma se le persone comuni imperversano, si perde la distinzione tra persone competenti e improvvisatori. Non c'è più differenza tra il grande immunologo e il passante che parla di immunologia sulla base di qualche conoscenza approssimativa.

(ii) Negli ultimi anni, parlando di giornali e telegiornali, Eco ha continuato a richiamare l'attenzione sui formati delle notizie in relazione alla percezione del rischio. In una bustina del 2005 Eco parla di come i telegiornali raccontano rapine e stragi, uragani e altri eventi climatici, attacchi terroristici e uxoricidi, senza fornire un adeguato quadro storico e statistico per contestualizzare queste notizie. Ecco l'inizio del pezzo: “Ritengo che, se l'uragano che ha distrutto New Orleans non avesse trovato una terra scavata, livellata, dragata, disboscata, saccheggata, i suoi effetti sarebbero stati meno nefasti. Credo che su questo siano tutti d'accordo. Dove invece inizia il dibattito è se un uragano qua e uno tsunami laggiù siano dovuti al surriscaldamento del pianeta. Metto subito in chiaro che, pur non essendo il detentore di un sapere scientifico in proposito, sono convinto che l'alterazione di molte condizioni ambientali provochi fenomeni che non sarebbero accaduti se avessimo avuto più a cuore il destino del pianeta, e quindi sono per il protocollo di Kyoto. Ma ritengo anche che di tornado, cicloni, e tifoni ce ne siano sempre stati, altrimenti non avremmo avuto belle pagine di Conrad o film celeberrimi dedicati a questi disastri.” (*ibid.*: 173) Secondo Eco è lecito supporre che anche in passato vi siano stati decine e centinaia di cataclismi che hanno falciato coste e popolazioni lontane: di alcuni abbiamo avuto notizia e abbiamo conservato memoria, altri non sono stati registrati. Oggi nel mondo globalizzato in cui vi è piena e rapida copertura informativa si viene a conoscenza di qualsiasi evento tragico che accada in qualsiasi angolo del globo, cosicché si ha l'impressione che al giorno d'oggi vi siano molti più cataclismi e altri eventi tragici di un tempo. Un altro esempio: in certi periodi si registrano casi di mamme che ammazzano i loro bambini, e viene da chiedersi cosa stia succedendo se eventi tragici di questo genere si diffondono con tale virulenza. Ma anche su questo Eco ricorda

²³ Cfr. “Ci sono due Grandi Fratelli”, *L'Espresso*, 12 ottobre 2000; poi in Eco (2016: 149-151); ora in Eco (2018: 446-448).

²⁴ Cfr. “Fare ciao con la manina”, *L'Espresso*, 26 dicembre 2002; poi in Eco (2016: 31-33); ora in Eco (2018: 449-451).

che l'infanticidio c'è sempre stato e che già i greci andavano a teatro a piangere Medea che aveva ucciso i suoi figli per far dispetto al marito. Inoltre, bisognerebbe considerare l'incidenza statistica: su sei miliardi di abitanti del pianeta le mamme assassine hanno sempre costituito una percentuale ridottissima. Eppure, il formato narrativo delle notizie incide sulla percezione del fenomeno: "chi vede un nostro telegiornale ha l'impressione che viviamo in un girone infernale dove non solo le mamme ammazzano un bambino al giorno, ma i quattordicenni sparano, gli extracomunitari rapinano, i pastori tagliano le orecchie, i padri stendono a fucilate tutta la famiglia, i sadici ineittano varechina nelle bottiglie di minerale, i nipoti affettuosi affettano gli zii. Naturalmente è tutto vero, ma è tutto statisticamente normale". (*ibid.*: 174) Conta molto anche lo spazio che viene dato a questo tipo di notizie all'interno di giornali e telegiornali. Una volta – nota Eco – i giornali dedicavano ampio spazio ai problemi della politica, dell'economia, della cultura, della politica internazionale, e riservavano alcune pagine interne alla cronaca nera: "Ora invece i nostri telegiornali, dopo le giuste notizie su guerre, stragi, attacchi terroristici e simili, dopo alcune prudenti indiscrezioni sull'attualità politica, ma senza spaventare troppo gli spettatori, iniziano la sequela dei delitti, matri-sororo-uxoro-fratri-patri-infanti-cidi, svaligiamenti, rapimenti, sparatorie, e – per non far mancare niente al telespettatore – ogni giorno pare che le cataratte del cielo si siano spalancate sulle nostre regioni e piova come non era piovuto mai, che al confronto il diluvio universale fosse stato un piccolo incidente idraulico". (*ibid.*: 175) Eco agita il sospetto che si proceda così per non comprometersi con notizie politicamente ed economicamente più insidiose, ma è già molto interessante che si metta in rilievo un certo modo di fare informazione e che si sottolinei l'esigenza di relativizzare la notizia all'interno di un quadro storico e statistico, per meglio regolare l'impatto e la percezione del rischio.

(iii) Diverse volte, negli ultimi anni, Eco ha richiamato l'attenzione sul problema del libero accesso a Internet e del filtraggio delle informazioni. Nel 2015, in una conferenza stampa a margine di una *lectio magistralis* tenuta all'Università di Torino (dove aveva ricevuto una laurea *honoris causa*), Eco tocca proprio questo argomento evocando "gli imbecilli del web" che intervengono sui social senza avere competenze specifiche e scatenando una polemica molto accesa. Il ragionamento è questo: "Ammettendo che su sette miliardi di abitanti del pianeta ci sia una dose inevitabile di imbecilli, moltissimi di costoro una volta comunicavano le loro farneticazioni agli intimi o agli amici al bar – e così le loro opinioni rimanevano limitate a una cerchia ristretta. Ora una consistente quantità di queste persone ha la possibilità di esprimere le proprie opinioni sui social network. Pertanto queste opinioni raggiungono udienze altissime, e si confondono con tante altre espresse da persone ragionevoli". (*ibid.*: 467) Nel 2013 Eco scriveva: "Twitter è come il bar Sport di qualsiasi villaggio o periferia. Parla lo scemo del paese, il piccolo possidente che ritiene di essere perseguitato dal fisco, il medico condotto amareggiato perché non ha avuto la cattedra di anatomia comparata nella grande università, il passante che ha già preso molti grappini, il camionista che racconta di passeggerie favolose sul raccordo anulare, e (talora) chi esprime alcuni giudizi sensati". (*ibid.*: 40) Ma mentre le chiacchiere da bar iniziavano e finivano lì, l'etere di Internet tende a dare rilevanza a queste "opinioni irrilevanti" da cui è quotidianamente attraversato. Eco chiarisce che la sua nozione di "imbecille" non ha connotazioni razzistiche perché comprende tutte quelle persone che hanno magari ottime competenze nei loro campi professionali ma rischiano di dire stupidaggini su argomenti che non conoscono abbastanza: "Nessuno è imbecille di professione (tranne eccezioni) ma una persona che è un ottimo droghiere, un ottimo chirurgo, un ottimo impiegato di banca può, su argomenti su cui non è competente, o su cui non ha ragionato abbastanza, dire delle stupidaggini". (*ibid.*: 467-468) Peraltro il rischio sul web è maggiore perché spesso le reazioni sono prodotte a caldo, senza un tempo adeguato di riflessione. Dunque da un alto il libero accesso alla rete e ai social è positivo perché consente a tutti, senza censure, di esprimersi; dall'altro l'eccesso di interventi intasa le linee e gli interventi di persone competenti si mescolano e si confondono con quelli di persone incompetenti (gli "imbecilli del web") fatti magari a caldo. Sorge quindi il problema del filtraggio, "che non riguarda solo le opinioni espresse nei vari blog o via Twitter, ma è questione drammaticamente urgente per tutti i siti Web, dove si possono trovare sia cose attendibili e utilissime, sia vaneggiamenti di ogni genere, denunce di complotti inesistenti, negazionismi, razzismi, o anche solo notizie

culturalmente false, imprecise, abborracciate”. (*ibid.*: 468) Dice Eco che Internet è come il Funes di Borges: una totalità di contenuti è disponibile in modo disordinato, non filtrato e non organizzato. Ma una cultura non è solo accumulo di dati, è anche il risultato del loro filtraggio. Quello del filtraggio è un problema assai complesso perché ciascuno è in grado di valutare siti o blog che riguardano temi di sua competenza, ma nessuno è in grado di valutare la qualità informativa di tutti i siti e tutti i blog. Più volte Eco ha invocato il controllo dei media attraverso altri media, e anche in questo caso prova a proporre un “controllo intermediale” che aiuti le azioni di filtraggio: “I giornali sono spesso succubi della rete, perché ne raccolgono notizie e talora leggende, dando quindi voce al loro maggiore concorrente – e facendolo sono sempre in ritardo su Internet. Dovrebbero invece dedicare almeno due pagine ogni giorno all’analisi di siti Web (così come si fanno recensioni di libri o di film) indicando quelli virtuosi e segnalando quelli che veicolano bufale o imprecisioni. Sarebbe un immenso servizio reso al pubblico e forse anche un motivo per cui molti navigatori in rete, che hanno iniziato a snobbare i giornali, tornino a scorrerli ogni giorno”. (*ibid.*: 469) Eco stesso è consapevole della difficoltà di una impresa del genere, a partire dal fatto che richiederebbe squadre di analisti nelle redazioni e costi cospicui, ma è convinto che sarebbe un progetto culturalmente prezioso, in grado anche di definire una nuova funzione della stampa.

Riferimenti bibliografici

Eco, Umberto

- 1962 *Opera aperta*, Bompiani, Milano.
- 1963 *Diario minimo*, Mondadori, Milano.
- 1964 *Apocalittici e integrati*, Bompiani, Milano.
- 1966 “Per una indagine semiologica sul messaggio televisivo”, in *Rivista di Estetica*, II, pp. 237-259; ripubblicato in Umberto Eco, *Sulla televisione. Scritti 1956-2015*, a cura di Gianfranco Marrone, La nave di Teseo, Milano, 2018, pp. 97-120.
- 1967a “Per una guerriglia semiologica”, comunicazione al Congresso «Vision ‘67» New York, ottobre 1967, organizzato dall’International Center for Communication, Art and Sciences; ripubblicato in *Il costume di casa*, Bompiani, Milano, 1973, pp. 418-431; ora in Umberto Eco, *Sulla televisione. Scritti 1956-2015*, a cura di Gianfranco Marrone, La nave di Teseo, Milano, 2018, pp. 121-131.
- 1967b “Il cogito interruptus”, in *Quindici*, n. 5; ripubblicato in *Dalla periferia dell’impero*, Bompiani, Milano, pp. 243-260; ora in Umberto Eco, *Sulla televisione. Scritti 1956-2015*, a cura di Gianfranco Marrone, La nave di Teseo, Milano, 2018, pp. 133-151.
- 1968 *La struttura assente. Introduzione alla ricerca semiologica*, Bompiani, Milano.
- 1971 “Parola e immagine in televisione”, relazione alla tavola rotonda su Parola e immagine in televisione (Venezia, marzo 1971), Rai, Servizio Rilevazioni Internazionali; ora in Umberto Eco, *Sulla televisione. Scritti 1956-2015*, a cura di Gianfranco Marrone, La nave di Teseo, Milano, 2018, pp. 197-201.
- 1972 (a cura di) *Estetica e teoria dell’informazione*, Bompiani, Milano.
- 1973 *Il costume di casa*, Bompiani, Milano.
- 1973a “Lineamenti di una ricerca semiologica sul messaggio televisivo”, in Umberto Eco, *Sulla televisione. Scritti 1956-2015*, a cura di Gianfranco Marrone, La nave di Teseo, Milano, 2018, pp. 239-246 (Titolo originale: “Lignes d’une recherche sémiologique sur le message télévisuel”, in *Recherches sur les systèmes signifiants*, éd. par Josette Rey-Debove, La Haye, Mouton, 1973, pp. 535-540: Atti del Simposio internazionale di Semiotica, Varsavia, agosto 1968).
- 1973b “Il pubblico fa male alla televisione?”, relazione al XXV Prix Italia, Venezia, 1973, pubblicata in AA.VV., *Le emittenti televisive e il loro pubblico*, ERI, Torino, 1974;

- ripubblicata in *Dalla periferia dell'impero*, Bompiani, Milano, pp. 261-283; ora in Umberto Eco, *Sulla televisione. Scritti 1956-2015*, a cura di Gianfranco Marrone, La nave di Teseo, Milano, 2018, pp. 247-269.
- 1975 *Trattato di semiotica generale*, Bompiani, Milano.
- 1976 “Sentire due campane”, in *Dalla periferia dell'impero*, Bompiani, Milano, pp. 284-288; ora in Umberto Eco, *Sulla televisione. Scritti 1956-2015*, a cura di Gianfranco Marrone, La nave di Teseo, Milano, 2018, pp. 277-281.
- 1977 *Dalla periferia dell'impero*, Bompiani, Milano.
- 1978 “Can Television Teach?”, in *Screen Education*, n. 31 (trad. it. in Umberto Eco, *Sulla televisione. Scritti 1956-2015*, a cura di Gianfranco Marrone, La nave di Teseo, Milano, 2018, pp. 295-312).
- 1983 *Sette anni di desiderio*, Bompiani, Milano.
- 1983a “TV: la trasparenza perduta”, in *Sette anni di desiderio*, Bompiani, Milano, pp. 163-179; ora in Umberto Eco, *Sulla televisione. Scritti 1956-2015*, a cura di Gianfranco Marrone, La nave di Teseo, Milano, 2018, pp. 313-334.
- 1997 *Cinque scritti morali*, Bompiani, Milano.
- 1999 “Spartacus”, in Pierluigi Basso e Lucia Corrain (a cura di), *Eloquio del senso. Dialoghi semiotici per Paolo Fabbri*, costa & nolan, Ancona-Milano, pp. 149-158.
- 2000 *La bustina di Minerva*, Bompiani, Milano.
- 2016 *Pape Satàn Aleppe. Cronache di una società liquida*, La nave di Teseo, Milano.
- 2018 *Sulla televisione. Scritti 1956-2015*, a cura di Gianfranco Marrone, La nave di Teseo, Milano.

Eco, Umberto e Fabbri, Paolo

- 1978 “Progetto di ricerca sull'utilizzazione dell'informazione ambientale”, *Problemi dell'informazione*, n. 4, pp. 555-597.

Fabbri, Paolo

- 1973 “Le comunicazioni di massa in Italia: sguardo semiotico e malocchio della sociologia”, *Versus*, 5, pp. 57-109; ripubblicato in volume, a cura e con introduzione di Gianfranco Marrone, Sossella, Roma, 2018.

Jakobson, Roman

- 1960 “Closing Statements: Linguistics and Poetics”, in *Style in Language*, ed. by Th. A. Sebeok, Wiley, New York-London, pp. 350-377 (in Jakobson 1963; trad. it. 1966, pp. 181-193).
- 1963 *Essais de linguistique générale*, Editions de Minuit, Paris (trad. it. *Saggi di linguistica generale*, Feltrinelli, Milano, 1966).

Lorusso, Anna Maria

- 2018 *Postverità*, Laterza, Roma-Bari.

Manetti, Giovanni

- 1992 “I modelli comunicativi e il rapporto testo-lettore nella semiotica interpretativa”, in Roberto Grandi, *I mass media tra testo e contesto. Informazione, pubblicità, intrattenimento, consumo sotto analisi*, Lupetti, Milano 1992, pp. 53-84.

Marrone, Gianfranco

- 2001 *Corpi sociali*, Einaudi, Torino.
- 2018 “Eco e la televisione”, in *Umberto Eco. Sulla televisione. Scritti 1956-2015*, a cura di Gianfranco Marrone, La nave di Teseo, Milano, pp. 467-515.

Pozzato, Maria Pia

1999 “Un esperimento di archeologia semiotica. Attorno a un saggio di Paolo Fabbri sul ‘malocchio della sociologia’”, in Pierluigi Basso e Lucia Corrain (a cura di), *Eloquio del senso. Dialoghi semiotici per Paolo Fabbri*, costa & nolan, Ancona-Milano, pp. 159-169.

Shannon, C. e Weaver, W.

1949 *The Mathematical Theory of Communication*, University of Illinois Press, Urbana (trad. it. *La teoria matematica delle comunicazioni*, Etas Kompass, Milano, 1971).

Wolf, Mauro

1985 *Teorie delle comunicazioni di massa*, Bompiani, Milano.

1992 “Una visita in soffitta”, in P. Magli, G. Manetti, P. Violi (a cura di), *Semiotica: Storia Teoria Interpretazione. Saggi intorno a Umberto Eco*, Bompiani, Milano, pp. 337-341.