

Direttore Riccardo Cascioli

FATTI PER LA VERITÀ

La riflessione

## E fu così che i media ci hanno trasformato in cinici

ATTUALITÀ

06\_02\_2026

*Rino  
Cammilleri*



Come si fa a non diventare cinici di questi tempi? Facciamo un esempio. Un bambino cade in un pozzo profondo? Una settimana di riprese, intervento del capo di Stato con scorta e addetti stampa (con conseguente intralcio ai mezzi di soccorso), talk-show, focus. Il bimbo per fortuna si salva. Ari-primepagine e aperture di tiggì, interviste a destra e a manca, puntate di approfondimento.

**Sui social si scatenano sia le prefiche che i leoni da tastiera.** Poi, di colpo, si cambia scenario perché tra due mesi c'è il Festival di Sanremo e bisogna preparare gli spettatori all'evento. Nel frattempo, alcuni trafiletti *en passant*: un treno deraglia in India, migliaia di morti; idem in Costarica per un terremoto; solita ecatombe inter-etnica nell'Africa subsahariana. Finito il festival, ecco un cretino che ha ucciso il suo cane a legnate. Apriti cielo. Arriva la Scientifica, interrogazioni parlamentari, manifestazioni di piazza. Essendo cretino, non pensa di fuggire all'estero (possibilmente islamico, dove i cani non piacciono) per evitare l'ergastolo, il linciaggio, le dichiarazioni di pentimento alla maoista con lacrime in tivù per non dover passare il resto della vita a guardarsi le spalle. Si impennano le vendite di cappotti corazzati per cani.

**Si potrebbe continuare con gli esempi**, esercizio che lasciamo al lettore, ma lo spazio è tiranno. Ora, dal momento che "il bene non fa notizia" e l'unica cosa che interessa ai direttori di media è l'audience, il martirio che abbiamo descritto è quotidiano. Enfasi, riflettori e titoli a effetto. Ma questo fenomeno non è, ahimè, una novità, bensì è coevo alla nascita dei grandi media.

**Nel 1951 uscì un film di Billy Wilder in bianco e nero, *L'asso nella manica***, con Kirk Douglas nei panni di un giornalista spiantato. Costui aveva scoperto che un poveraccio era rimasto incastrato in un buco in fondo a una grotta. Poteva essere salvato in poche ore di scavo, ma il giornalista riuscì a convincere i trivellatori a percorrere la via più lunga. Il luogo divenne il centro di stampa, radio e cinegiornali, con un intero continente che seguiva trepidando. Naturalmente, il poveraccio nel buco morì e il circo mediatico si spostò altrove.

**L'unico a piangere fu il giornalista**, che non voleva il morto ma solo lo scoop. Ma qui non vogliamo accusare il cinismo dei media: lo si fa da tanto, come il film del 1951 dimostra (ma ci si potrebbe spingere anche più indietro, e di molto). No, il cinismo, indotto, è quello di tanti lettori-ascoltatori-spettatori. Non quelli che si indignano per il cane bastonato, bensì gli altri, mi si permetta di definirli "i normali". Come, per esempio, il sottoscritto ritiene di essere.

**Se accendo la tivù a ora di pranzo e il tiggì** mi spara subito che un barcone di migranti è colato a picco, non mormoro “ecchissenefrega...” perché sono cristiano, dico un *requiem* mentalmente e cambio canale. Sì, perché non posso commuovermi ed emozionarmi tutti i giorni e a comando. Quando si cammina scalzi sulla ghiaia, dapprima ci si fa male, ma poi, dài e dài, la pianta del piede callifica e non senti più niente. Così avviene per l'area del cervello preposta alla commozione e alla solidarietà. I direttori dei media lo sanno, e perciò sono costretti a rincarare ogni volta la dose.

**Alla fine della fiera, questo rincorrersi e rilanciare produce due tipi di frutore:** il cinico e l'ansioso. Personalmente scelgo la prima categoria, perché i secondi finiscono per ammalarsi anche fisicamente. Ero giovane quando, negli anni Ottanta, gli “esperti” inventarono l’Orologio dell’Apocalisse, che già allora segnava pochi minuti a mezzanotte, ora X. Oggi, dopo il buco nell’ozono, il riscaldamento globale e la scomparsa degli orsi polari, è ancora lì. Buon segno.