

BIBLIOTECA DI CRITICA LIBERALE

1

Enzo Marzo

I diritti dei lettori

Una proposta liberale
per l'informazione in catene

Con interventi di Luigi Ferrajoli e Stefano Rodotà

BIBLION
edizioni

BIBLIOTECA DI CRITICA LIBERALE



TORNIAMO ALLE VERE GAZZETTE

L'immagine nella pagina precedente riproduce la redazione e la stamperia della gazzetta fiorentina "Notizie del mondo" del 1769. Parrà strano proporre, come esempio per il futuro del giornalismo, una gazzetta di duecentocinquanta anni fa. Eppure, se osservate bene l'illustrazione, potete cogliere alcuni "valori" che, più che conservati, vanno ripristinati nell'era del *web*: i giornalisti lavorano insieme, sono illuminati dalla lampada della ragione, non stanno isolati nelle loro case, discutono tra di loro, si scambiano idee, non danno assolutamente l'idea d'essere lì di passaggio, precari. Né d'essere "sfruttati". Lavorano fianco a fianco con chi stamperà il frutto delle loro idee. Tutti fanno parte di una comunità intellettuale. Non c'è ombra di padrone e, in primo piano, sonnecchia un fedele cane da guardia a tutela della libertà d'informazione. E, perché no, simbolo di una realizzata intesa tra tutte le forze della natura.

Enzo Marzo

I diritti dei lettori

**Una proposta liberale
per l'informazione in catene**

Con interventi di Luigi Ferrajoli e Stefano Rodotà

BIBLION
edizioni

Prima edizione ottobre 2020
ISBN 978-88-3383-116-9

Edizione digitale ottobre 2020
ISBN

I diritti di riproduzione e di adattamento
totale o parziale e con qualsiasi mezzo
sono riservati per tutti i Paesi.

Nessuna parte di questo libro
può essere riprodotta senza il consenso
dell'Editore.

© 2020 Biblion Edizioni srl Milano
www.biblionedizioni.it
info@biblionedizioni.it

*Dedicato a Massimo, cittadino europeo,
con la speranza che le nuovissime generazioni sappiano realizzare
ciò che la nostra ha saputo solo immaginare*

PREMESSA

DAI DECENNI BUI ALL'ETÀ DELLA DEMAGOGIA

LA RESA DEI CONTI

La situazione del Paese è tragica. Mentre abbiamo alle spalle (forse, ma non è detto) la stagione dei morti e della sofferenza fisica e psichica, si è inaugurato il periodo della miseria e dell'“assalto alla diligenza”.

Dovrà (o dovrebbe) nascere una Terza Repubblica, davvero liberal-democratica, fondata davvero sui valori costituzionali, sulle libertà, sulla giustizia e lo stato sociale.

Tutto ciò non potrà realizzarsi senza una vera resa dei conti, senza una riflessione critica di quanto è avvenuto negli ultimi trent'anni, quando la gran parte della classe dirigente (non solo quella politica) ha corrotto l'etica pubblica alle fondamenta, ha immiserito il Paese, ha violato, addirittura irriso, le regole dello Stato di diritto, ha svuotato le istituzioni e ha fatto dilagare corruzione, evasione fiscale,¹ egoismi. Ha inoltre

¹ Soltanto in Italia sembra che non ci sia rimedio all'evasione fiscale. Se ne parla molto, ma gli evasori dilagano e rimangono impuniti. Risultato: nel 2019 meno di 2 autonomi ogni 100 hanno ricevuto un controllo del fisco. Secondo la Corte dei Conti nella *Relazione sul rendiconto generale dello Stato*, 2020, per ora strumenti e modalità operative a

depenalizzato ogni mascalzonata ed eliminato ogni sanzione effettiva, non solo in termini giuridici, ma, ciò che è più grave, nel giudizio morale e politico degli individui. Molte categorie si sono chiuse in *lobbies* per difendere ed estendere i propri privilegi. La forbice della disuguaglianza sociale si è estesa come non mai.² La criminalità organizzata si è dilatata con successo in tutta l'Italia, contraddicendo un premier-cialtrone che, in un vertice mondiale, assicurò i potenti della Terra che il nostro paese aveva debellato la mafia. Gli elettori, storditi dalla propaganda e dall'involgarimento di tutto lo spazio pubblico, hanno visto sparire ogni forma di organizzazione politica

disposizione del fisco restano «non in grado di determinare una significativa riduzione dei livelli di evasione» e i risultati dell'attività di controllo «continuano ad essere incoerenti con la gravità del fenomeno». Non a caso, la cifra sottratta al fisco è stabile e si aggira intorno ai 110 miliardi di euro l'anno, c'è chi ipotizza persino 150 miliardi di euro. Inoltre è necessario notare che in Italia la sanzione penale è risibile: i detenuti per reati fiscali da noi sono solo 150, 8.600 in Germania, 12 mila negli Stati Uniti. Clamorosi sono i dati (2017) riguardanti, più in generale, le sentenze definitive per reati economici e finanziari: mentre in Germania sono circa 6 mila (11,7% dell'intera popolazione carceraria), in Italia sono solo 312 (0,9%).

² «A livello nazionale, la percentuale di famiglie che vivono in condizioni di povertà estrema è quasi raddoppiata al 6,9% (2017), il cui dato peggiore (10,3 %) si registra nell'Italia meridionale. Nel 2014 la ricchezza netta media *pro capite* è diminuita da 88.625 euro a 87.451 euro. Il 20,3% della popolazione, circa 12.235.000 individui, è a rischio di povertà (2017). Nel 2018 la ricchezza dei 21 miliardari italiani più ricchi presenti nella classifica stilata da Forbes è stata pari a tutte le risorse detenute dal 20% più povero della popolazione». Cfr. Eva Pastorelli e Andrea Stocchiero (Engim/Focsiv per Gcap Italia), *Le disuguaglianze in Italia*, report per il progetto “Make Europe Sustainable for All” coordinato da European Environmental Bureau, 2019.

democratica e si sono arresi all'avventurismo di pochi “politici” più o meno voltagabbana, dediti esclusivamente alla menzogna sfacciata e al “potere per il potere”. La “fine delle ideologie” è stata interpretata dolosamente come necessità della “fine delle idee”. *L'età della demagogia*, del “qui lo dico e qui lo nego”, sussiste ora incontrastata e condanna a morte l'attività più nobile che possa coinvolgere i cittadini: la Politica.

LA NORMALITÀ E LA SFACCIATAGGINE

Al contrario, soltanto la Politica può mettere fine all'*età della demagogia*. Basterebbe che almeno le nuove generazioni non fossero portate a pensare alla politica attuale come esempio della normalità dei rapporti tra poteri e cittadini. Il buonismo solo retorico e l'insipienza della sinistra senza valori, nonché l'affarismo e il malaffare della destra, hanno distrutto il Paese, devastato dai condoni, dagli indulti, dalle sanatorie, dalle eccezioni, dalle deroghe, da tutto ciò che stravolgeva ogni regola, instaurando un *facsimile* di Stato di diritto senza regole certe, alla mercé di approfittatori, evasori, cementificatori, inquinatori, corruttori e corrotti.³ Per non dire degli incompetenti

³ Anche il Covid 19 non ha mutato il paesaggio della corruzione: «Nei primi 23 giorni di giugno 2020 sono finite sui giornali almeno 14 inchieste per corruzione, per lo più con misure cautelari. Hanno interessato tutta l'Italia, da Lecce a Catanzaro, passando per Bari, Roma e Torino» (Valeria Pacelli, *Dopo il lockdown la corruzione riparte come prima*, “il Fatto Quotidiano”, 24 giugno 2020). In troppi si sono gettati a capofitto nell'affare dei prodotti sanitari, molti truffando e corrompendo. L'Indice di Percezione della Corruzione (CPI) 2019 classifica l'Italia al 51° posto nel mondo con un punteggio di

assoluti. Così l'italiano si è abituato ad essere derubato, ogni giorno di più, della democrazia liberale e delle regole civili. Fino a non farci più caso. Tutto è diventato "normale", anche il fatto che sono al massimo 5 o 6 persone a nominarsi quasi tutti i parlamentari, alla faccia dei votanti che fanno la fila ai seggi elettorali, anche che le maggioranze politiche hanno la pretesa di farsi la propria riforma elettorale *pro domo sua* (persino incostituzionale) a pochi mesi dalle elezioni, anche che possono esistere imprese che reclamano prestiti miliardari dallo Stato, pur avendo sede fiscale e legale in altri paesi, e possano farlo in forza di un semi-monopolio informativo, ecc.

Non si intravede neppure da lontano, quindi, come si possano restaurare strumenti di vera partecipazione politica dei cittadini. Così la democrazia italiana ha la presunzione di chiamarsi ancora tale, ma resta ridotta a un guscio vuoto senza sostanza. Il tutto sfacciatamente e senza vergogna.

LA TERZA REPUBBLICA

Il pensiero moderno ha impiegato alcuni secoli per trasformare la plebe in cittadini, ora si vuole percorrere il sentiero inverso e tornare a una marmaglia informe, in nome della quale chiunque può sentenziare qualunque scempiaggine. Scimmiettando le più retrive gerarchie ecclesiastiche delle religioni monoteiste, i demagoghi di destra e di sinistra, all'urlo di "il popolo lo vuole", fondano il loro potere sull'odio, sul

53/100, migliore di un solo punto rispetto all'anno precedente e al di sotto della media europea (66 punti). Altre classifiche danno l'Italia al primo posto, in Europa, per corruzione. Sullo stesso gradino dell'Italia troviamo Romania, Grecia e Bulgaria.

razzismo, sulla perdita della memoria, sull'ignoranza, sulla propaganda e sul privilegio.

Non può nascere alcuna Terza Repubblica se non risorge, presso i cittadini, un sentimento critico di rigetto e di indignazione nei confronti della criminalità, del diletterismo, del servilismo informativo ormai imperanti. La responsabilità di questo disastro è di (quasi) tutti. Naturalmente la salvezza non va affidata ad alcuna caricatura di “uomo forte” o a veri o pseudo Tecnici, bensì alla Politica, con i suoi sacrosanti conflitti di idee, di valori e di interessi. Ma non può nascere alcuna Terza Repubblica se non si riconosce alla *Serietà* un valore fondante. Non paia strano da parte mia il ricorso alla definizione fornita a metà del '600 da un cardinale gesuita, ma non ne esiste una più precisa di quella espressa da Francesco Sforza Pallavicino: serio è chi «nel modo di agire denota attenta considerazione dei fatti e delle loro conseguenze» nonché «coscienza dei propri doveri». Per renderla perfetta basta aggiungere soltanto: «coscienza dei propri diritti».

Non si sa se il coronavirus abbia ucciso anche l'eccessiva e colpevole sopportazione degli italiani. Deve cominciare un'epoca di Severità, di grande Rigore. Dovremmo auspicalo tutti. Aggrappati alle Regole liberali e democratiche come il naufrago alla sua tavola di legno tra i marosi.

Non può nascere alcuna Terza Repubblica se non risorge presso i cittadini il valore di scandalizzarsi. Si discute, e giustamente, del concetto scomparso di Sanzione. Ma quasi esclusivamente dal punto di vista penale. Purtroppo, però, troppi politici, magistrati, avvocati, manager, giornalisti, intellettuali di ogni risma in questi decenni sono riusciti a costruire un solido palcoscenico pubblico dove imperizia, nepotismo e malcostume non subiscono alcuna sanzione né morale né professionale.

Sempre sulla cresta dell'onda, sproloquiano personaggi che non sarebbero capaci neppure di gestire un banchetto di frutta e verdura. Lo so che è un'utopia, ma i cittadini dovrebbero imparare a scandalizzarsi e a tirare metaforici pomodori marci, ovvero a spegnere la televisione sul muso del primo che viene invitato esclusivamente perché non riesce ad articolare che sconcezze e ingiurie, oppure ad abbandonare giornali spazzatura senza notizie che spacciano solo pubblicità occulta e tri-viale propaganda, o ancora a mandare in pensione, a godersi le liquidazioni da nababbi, tutti gli Esperti che hanno fatto solo danni e non hanno pagato mai pegno.

LA LINGUA TAGLIATA

Tra i guasti maggiori compiuti dal coronavirus (e purtroppo il meno denunciato) è l'invasione di parole straniere, che hanno sostituito espressioni italiane. Tra l'indifferenza generale.

Tutti sanno, o dovrebbero sapere, che la lingua è il patrimonio maggiore che un paese possiede. Il suo “imbastardimento” è il segno sicuro della decadenza di un popolo. La lingua italiana è stata costretta a soccombere sotto due attacchi, uno dal basso (lo sdoganamento della scurrilità compiuto dai giornali e dalle televisioni), e l'altro dall'alto (il rimpiazzo di termini italiani con quelli inglesi, perseguito persino dalle istituzioni e subito accolto dai media). Non c'è bisogno di scomodare Habermas e la sua affermazione: «Tutte le decisioni politiche esecutive devono essere formulate in una lingua ugualmente accessibile a tutti i cittadini», talmente il concetto è ovvio. Bisogna essere proprio “vetero provinciali” per non capirlo.

Il fenomeno non è nuovo, basti ricordare come Veltroni, per dare nuovo slancio agli ex comunisti e per colmare la frattura con le classi popolari, riprese lo slogan «*I care*». E alla sua insegna ci fece un congresso che dette inizio a una stagione di insuccessi.

Poi questo snobismo è dilagato. Ciò che colpisce non è solo l'inutilità di alcune "sostituzioni", ma l'affermarsi di un consapevole disegno politico tendente a rendere incolmabile la separazione tra politica (ed elitismo sociale) e i cittadini. Ugualmente, nello stesso tempo, si dimostra quale mancanza di conoscenza del reale Paese abbiano l'Informazione e la Politica.⁴

⁴ Secondo le indagini PISA (Programme for International Student Assessment) condotte dall'OCSE, la scuola italiana è incapace di fornire un'istruzione in linea con gli altri partner dell'Unione Europea: il 10% dei nostri studenti è in grado di leggere un testo, ma non di comprenderne i contenuti. Al Sud la percentuale sale al 15%. Secondo l'indagine ALL (*Adult Literacy and Life skills*) il 46,1% degli italiani si trova in condizione di "illetteralismo", non riesce cioè a superare il livello base di comprensione di un brano di prosa. Si tratta di oltre 33 milioni di persone. L'Italia è penultima, 34° posto fra i 35 Stati OCSE. Secondo l'ultimo Rapporto ISTAT sull'istruzione (2020) solo il 62,2% delle persone tra i 25 e i 64 anni in Italia ha almeno il diploma, nell'UE il 78,7%. Un dato che in alcuni tra i più grandi paesi dell'Unione sale ancora: 86,6% in Germania, 80,4% in Francia e 81,1% nel Regno Unito. Gli italiani, quindi, sono tra fra gli ultimi in Europa per livello di istruzione. Solo Spagna, Malta e Portogallo hanno valori inferiori all'Italia. Se passiamo all'analfabetismo funzionale (categoria definita nel 1952, nella quale ricade chi decifra uno scritto e sa opporre una firma, ma non sa comprendere quanto ha letto), i dati più attendibili che riguardano l'Italia (indagine PIAAC-OCSE 2019) ci dicono che il 28% della popolazione tra i 16 e i 65 anni è analfabeta funzionale, un valore tra i più alti in Europa, eguagliato dalla Spagna e superato solo da quello della Turchia (47%).

Addirittura dolose possono essere giudicate le istituzioni che, per non farsi comprendere dalla “Casalinga di Voghera” (un pensiero affettuoso va ad Arbasino) o dal disoccupato meridionale o dal parlamentare della Lega salviniana o dallo studente medio capoccione, hanno inventato il *Job Act*, il *Welfare* o il *Family Act*. Inoltre, proprio nel momento in cui era necessario farsi capire assolutamente da tutti, ovvero nei mesi del coronavirus, hanno inondato il Paese con *lockdown*, *smart working*, *webinar*, *contact tracing*, *triage*, *Recovery fund*, *startup*, *off topic*, *bike sharing*, *material intensity*, *car pooling*, *digital divide*, *Green Deal*, *entertainment*. Mentre “la Repubblica” organizzava gli incontri “Meet the Future”. Questi sono solo pochi tra i tanti esempi.

LA RETORICA BUONISTA

Mestamente, ma c'è da ridere su quanto sostenuto dai molti volenterosi che nel tempo del coronavirus si sono adattati alla retorica nazionale e nei loro scritti hanno preconizzato che, quando ne usciremo definitivamente, saremo tutti diversi, più civili, con una vita vissuta più responsabilmente. Ci lasceremo così alle spalle il nostro passato rovinoso. L'esperienza, purtroppo, ci insegna che è una bufala: i costumi non cambieranno, la delinquenza, l'odio e il fanatismo non diminuiranno, il civismo non aumenterà. Nel mondo muteeranno molte cose, ma secondo i loro tempi, visto che la storia è perenne movimento, tuttavia l'uomo rimarrà nella sostanza quell'animale egoista e feroce che è stato sempre. Soprattutto se si attruppa in massa.

Durante la Prima guerra mondiale, in cinque anni, morirono nel mondo minimo 16 milioni di persone. Senza soluzione

di continuità arrivò la pandemia di spagnola (1918-1919) che continuò la strage: ci furono 10 milioni di morti (alcuni hanno calcolato che si arrivò invece a 50 milioni), di cui 400 mila in Italia. Facendo la somma si arriva a un vetta inimmaginabile di cadaveri, anno dopo anno, per circa 6 anni di seguito. Al confronto il coronavirus è cosa tragica, ma minore. Eppure, passati soltanto vent'anni, nazionalismi e ideologie mortifere costrinsero gli uomini a maciullarsi di nuovo, provocando qualcosa come 60 milioni di morti tra militari e civili. Da Verdun bastò un breve passo per arrivare alla Shoah.

Scendiamo da vere apocalissi ai nostri tristi giorni, dove tutti si sono sentiti eroi per aver trascorso qualche settimana in casa. Il nostro Paese, stremato da alcuni decenni di malgoverno, di criminalità imperante, di ceti politici e di classi dirigenti in tutti i settori perlopiù corrotte, corruttrici e incapaci, ha l'ardire e la speranza di cambiare. Anche noi immaginiamo ottimisticamente una Terza Repubblica che esili fuori dall'*agorà* pubblica ogni demagogia, ogni trasformismo, ogni diletterismo. Ci auguriamo che la sofferenza patita nel 2020 renda insopportabile anche solo la vista di indecenti buffoni e avventurieri che ora imperversano sfacciatamente in lungo e in largo. Ma non ci crediamo davvero.

COCCIUTAMENTE PER LE RIFORME

Ma se tutto ciò non avverrà? Se la nostra Terza Repubblica rimarrà un miraggio? Se l'ignoranza e le malversazioni pubbliche e private non diminuiranno? Se si realizzeranno le previsioni più pessimistiche? Se saremo costretti a sbattere, disperati come mosche sotto vetro, tra il realismo e la speranza

che ci rimane? Forse un'insensata cocciutaggine nei confronti delle Riforme, anche minuscole, anche graduali. Basta soltanto che rovescino la tendenza dei decenni bui. La scuola può fare molto, anche la buona volontà dei singoli e forse può esser decisivo fermarsi un attimo e prendere coscienza del punto in cui siamo giunti. Basterebbe che le nuove generazioni non imitassero i genitori e si guardassero attorno e smettessero di considerare "normale" ciò che non lo è. Dopotutto, se partono sempre più numerosi in esilio, verso lidi stranieri, vuol dire che sanno apprezzare la differenza tra la nostra la "normalità" e quella di paesi a noi vicini che non sono certo l'Eldorado, ma non sono affogati nel liquame. Se esportiamo giovani, cerchiamo d'importare vera Europa. Nessun paese del nostro continente ha più bisogno di noi di regole sovranazionali. Di una buona madre che ci metta in riga.

MIO DIO, COME SEI CADUTA IN BASSO!

Ed è qui che viene a fagiolo la questione dell'informazione. Non sono immaginabili né una "rivoluzione democratica" né una politica senza dilettantismi ed eccessivi trasformismi, se non si affronta la situazione disastrosa della comunicazione. Non si sa se siamo giunti a un punto di non ritorno, ma certo è che mai il nostro Paese si è trovato a un livello così degradato in questo ambito, da tutti giudicato nevralgico per la democrazia.

Prima liquidiamo l'aspetto più folkloristico di tale imbarbarimento. Sicuramente questo è rappresentato dall'infamia dell'informazione di destra e di estrema destra, diventata dappertutto produttrice di bufale e di propaganda usata come manganello. In confronto "The Sun" e "Bild" hanno l'onestà

e l'autorevolezza dell'Enciclopedia Britannica. I due giornali di estrema destra "Libero" e "La Verità" (la "Pravda" di un auspicato regime salviniano di stampo secessionista-sovranista e nazi-bolscevico) stanno disonorando non solo la destra, ma tutto il giornalismo italiano. Dietro di loro arrancano volentieri imitatori come "il Giornale" di Berlusconi, "Il Tempo" fascistizzato di Bechis, Storace e Bisignani, "Il Riformista" berlusconiano-pseudolibertario di Sansonetti e Bergamini (nessuno ha fatto più danni di quest'ultima, la vera custode del monopolio televisivo RAISSET). Ogni giorno la loro prima pagina è un bollettino propagandistico in cui sciaccallaggio e trivialità oltre misura si assommano alle bufale. Prescindendo totalmente dalla realtà dei fatti. Lo scopo evidente è di far traghettare i lettori dalle fatuità della "società dello spettacolo" alle bassezze della "società dell'avanspettacolo". Lo strumento è perfino troppo facile: sdoganano razzismo, antisemitismo, atteggiamenti e mentalità fascista, antimeridionalismo, negazionismo, turpiloquio, ecc. Operazione in gran parte riuscita perché fanatismo propagandistico e linguaggio scurrile sono stati fatti propri dalla pur bigotta RAI-TV di Marcello Foa. E con ben altra diffusione.

Certo, un paese democratico ha assoluto bisogno dell'opposizione, sempre. Anche molto severa. Ma i giornali, oltre che criticare, avrebbero anche il dovere, qualche volta, di dare delle notizie ai lettori e non sparare ogni giorno solo slogan o proposte politiche partorite in redazioni trasformate in bar dello sport. Il fatto che la destra italiana non riesca a far esistere un quotidiano d'informazione che non sia indecente è una delle tante ragioni della debolezza della Politica nazionale.

UNA CRISI PRESSOCHÉ IRREVERSIBILE E STRUTTURALE

I fogli spazzatura sono solo la bolla più appariscente della crisi. Ma questa è ormai strutturale. Mentre nella prima parte della Seconda Repubblica, dominata dal berlusconismo, il problema stava tutto nel monopolio/duopolio di RAISER e nel conflitto d'interessi, negli ultimi anni l'irruzione della rete e il velleitarismo autoritario di Renzi⁵ hanno fatto esplodere il sistema della comunicazione, rendendo la crisi pressoché irreversibile.

Per quanto riguarda il *medium* televisivo pubblico, la riforma Renzi ha riportato l'orologio a decenni indietro, ponendo l'amministratore delegato totalmente nelle mani del Governo. Così si è passati da un falso pluralismo, fatto di lottizzazione tra partiti, a un monopolio assoluto dell'Esecutivo.⁶

⁵ La prova inconfutabile dell'idiozia di un politico si ha quando questi, non credendo a nulla se non al proprio potere, si cuce addosso, su misura, una legge per l'"oggi" e per "sé", senza pensare che prima o poi dovrà prendere atto che in politica questi sono concetti fluttuanti e che, masochisticamente, avrà lavorato "contro di sé" (e contro il Paese) e a favore degli avversari, regalando loro strumenti micidiali.

⁶ Forse il tradimento più grave, verso sé stesso e i suoi elettori, perpetrato dal M5S è stato proprio quello di aver fatto *tabula rasa* delle critiche severissime contro la riforma liberticida di Renzi, gridate quando era all'opposizione e dimenticate una volta salito al governo, con la decisione di voltare radicalmente pagina e di dedicarsi alla brutale occupazione della RAI, approfittando proprio di quel provvedimento. Addirittura esilarante fu poi lo svergognato voto grillino che sanciva il pubblico accordo separato tra Salvini e lo pseudo oppositore Berlusconi, per eleggere Marcello Foa alla Presidenza della RAI.

Per la “carta stampata” voglio ricordare soltanto due avvenimenti epocali, oltre allo stravolgimento dei ruoli e dei compiti nella professione giornalistica.

Da una parte, è avvenuta la più vasta operazione di concentrazione della stampa nella storia repubblicana che ha rivoluzionato l'intero panorama della stampa quotidiana, e non solo. La formazione di un Gruppo proprietario de “la Repubblica” (ma si dovrebbe chiamare “la Repubblica 3.0”), “L'Espresso” e pubblicazioni minori, nonché ben altre 17 testate quotidiane, molte delle quali territorialmente monopolistiche, lede gravemente la libertà di stampa nel nostro Paese.

C'è bisogno di avvertire che la questione coinvolge i lettori, ma anche i giornalisti implicati in un'operazione oligopolistica che ha ristretto bruscamente il mercato del lavoro? Per non parlare, poi, dello straripante centro di potere che si è formato e che condizionerà tutta la Politica italiana per assecondare gli interessi della proprietà.

Dall'altra parte è avvenuto un episodio di cui si è parlato poco, non per decenza, bensì per nascondere un'operazione brutale compiuta dal governo Renzi alla vigilia del referendum costituzionale del 2016. “Libero”: il direttore Belpietro, seguendo la linea del proprietario, l'On. berlusconiano Angelucci, nonché la decisione dello stesso Berlusconi di opporsi al “sì”, schiera il giornale a favore del “no”. Ma che accade? Belpietro sottovaluta il “Patto del Nazareno” che passa da Napolitano a Verdini, da Berlusconi a Renzi. Il presidente del Consiglio non può perdere il referendum. “Repubblica” viene “aggiustata” bruscamente e diventa “la Repubblica 2.0”, passando dalla direzione Mauro a quella di Calabresi. Per mettere in riga “Libero”, basta il sottosegretario all'Editoria, Lotti. Il Gruppo Angelucci sa arrangiarsi sul filo della

legalità: nel 2003 “Liberò” chiede ai proprietari del bollettino “Opinioni Nuove” di prendere in affitto la testata, diventando il supplemento dell’organo ufficiale del Movimento Monarchico Italiano. Con questo raggiro incassa 5.371.000 euro come finanziamento pubblico agli organi di partito. I lettori diventano tutti monarchici ma “non ce lo sanno”. Però non finisce lì. “Liberò” ci prova gusto e l’anno successivo acquista “Opinioni Nuove” e si trasforma in cooperativa di giornalisti. Nei sette anni che intercorrono dal 2003 al 2009, la testata beneficia di contributi pubblici per 40 milioni di euro. Nel 2011, l’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM) dopo anni e anni si sveglia e sanziona Antonio Angelucci per omessa comunicazione di controllo per i suoi giornali. Quindi la Commissione consultiva sull’editoria, presso la Presidenza del Consiglio, preso atto della sanzione comminata dall’AGCOM, stabilisce che i due quotidiani dovranno restituire circa 43 milioni di euro di contributi percepiti irregolarmente. Ma tutto si sistema in poche ore: Lotti garantisce una comoda razzettazione in molti anni e in cambio Angelucci caccia il direttore Belpietro, il giorno dopo il solito Feltri garantisce che “Liberò”, dopo analisi profonde e per il bene della Patria e del Popolo, non può che scatenarsi per il “sì”.

I cittadini, il 4 dicembre 2016, faranno giustizia anche di tutta questa sozzeria.

I DIRETTORI KAPO

Un discorso a parte richiede il ruolo dei direttori. Esercitare la direzione di un giornale ora è molto più complicato di qualche decennio fa. Ora è proprio un altro lavoro.

È impressionante come Einaudi, negli anni '40, avesse compreso che l'intreccio tra libertà d'informazione, direttore ed editore può essere sciolto in un solo difficilissimo modo: far diventare forte e autorevole una testata aumentando le vendite e il credito presso l'opinione pubblica. Lo leggiamo in una lettera in cui rivolge dei consigli a Emanuel, direttore del "Corriere della Sera", nel 1949:

Sono persuaso che se il tuo giornale prendesse l'iniziativa di vere e proprie campagne, una o due per volta su problemi importanti per la vita nazionale, discutendoli a fondo e insistendo senza tregua per soluzioni non ispirate ad interesse di nessun partito, ma esclusivamente a quello collettivo, la tiratura non potrebbe non superare presto il milione di copie, per giungere alla lunga a cifre assai superiori al milione. È probabile che oggi ad ogni saltuaria presa di posizione su qualche problema fastidioso proprietario e direttore del giornale siano afflitti da "grane". Se invece di prese saltuarie di posizione su molti problemi l'attenzione si concentrasse su quelli essenziali in maniera che fosse nel tempo stesso ineccepibile per solidità di ragionamento e di prove e per la risolutezza di conclusioni, i granisti [al tempo proprietari del giornale] diventerebbero tremebondi e si prosternerebbero innanzi ai vostri piedi ringraziando ogni volta che vi degnaste di usar loro la finezza di prenderli a calci.

Il consiglio è valido tutt'oggi (meno i "calci", ovviamente). Ma come si fa ad aumentare le vendite in tempo di rete e a rendere autorevole una testata, se i direttori si succedono e legano il proprio nome esclusivamente a un rovesciamento di linea radicale voluto dall'editore? Prima i direttori cercavano di difendere la dignità di una professione così delicata ed essenziale per l'esistenza stessa della democrazia. Facevano parte

del corpo redazionale. Erano percepiti come tali. Al massimo ci si poteva lamentare che non tutti sapessero resistere alla tentazione di rinchiudersi in un ristretto e piuttosto corporativo “club dei direttori”, dove scambiarsi favori e reti di protezione reciproche. È quello un tempo lontano e perduto. Negli anni d’oro (permettetemi un elogio del passato), cioè prima della Grande Guerra, perlomeno tre quotidiani italiani avevano direttori che erano anche gestori del giornale, e si assumevano la responsabilità delle notizie che fornivano. Non dovevano rendere conto a nessuno. Il padrone, alla fine dell’anno, staccava le cedole e incassava quattrini. Quello era l’unico guadagno dell’editore. Ma non era scarso.

Ora il direttore (a parte le dovute eccezioni) è il kapò nelle mani dell’editore. I suoi maggiori compiti sono: mettere in riga i redattori, facilitare le fuoriuscite dei giornalisti e sfruttare precari e collaboratori.

DA “WATCHDOG” A “FIGHTING DOG”

Il cinema e alcune grandi e piccole inchieste hanno creato nel ’900 il mito del giornalista “*watchdog*”. Tra il cittadino e i poteri si ergeva la figura del “cane da guardia” della società civile. Molte volte ha funzionato. In Italia meno. Quanti giovani hanno intrapreso la carriera giornalistica, affascinati da inchieste che facevano cadere presidenti degli Stati Uniti? Per poi ritrovarsi – come scrisse Pansa – (e si era solo all’inizio degli “anni di fango”) a «fare le fusa come micioni castrati».

Quella era la prima fase. Col potere berlusconiano se ne sono succedute altre due: il giornalista resta sì un “cane da guardia”, ma del potere.

E il più grosso giornale italiano teorizza e pratica il “cerchiobottismo”, confondendo una libera critica ed esposizione dei fatti con il furbesco “un colpo al cerchio e uno alla botte”, uno dei modi più subdoli con cui si esprime quella che Paolo Sylos Labini definiva «la cupidigia di servilismo». Con gli “anni di fango” della Seconda Repubblica e con la sua coda nefasta nasce poi una terza fase, quella del “*fighting dog*”: il giornalista da combattimento. Il prototipo è stato forse il primo Giuliano Ferrara, col suo “Foglio” di casa Arcore (l'ultimo Ferrara è addormentato con le unghie tagliate sui velluti del Nazareno, sognando un perenne “compromesso storico” di stampo verdiniano). Ora i “cani da combattimento” sono tutti di estrema destra, servono il piatto salviniano, ma senza dimenticare ogni tanto una genuflessione nei confronti di Berlusconi. Non si sa mai. Ogni giorno azzannano, dimenticando le notizie e nutrendo quella mentalità razzista e fascista che giace nei ventri di troppi italiani.

Sono trattati dal “padrone” come pezzi su una scacchiera. Sono spostati qui e là secondo gli interessi strategici del momento, conoscono perfettamente qual è il loro compito di braccio armato e lo adempiono più o meno bene, ma con dedizione cieca. Senza alcuna dignità questi giornalisti-squadristi si prestano a fare i killer a palle incatenate. Naturalmente si arricchiscono. Gli esempi sono sotto gli occhi di tutti.

Non posso fare a meno di tramandare due casi che descrivono la crisi più di qualunque indignato articolo a favore della libertà di stampa. Il primo, il più ridicolo, sarà sfuggito a molti o dimenticato sotto il peso di più chiassose ribalderie. Eppure batte il record mondiale di servilismo giornalistico. Alla vigilia di una famosa manifestazione di piazza del Popolo a Roma sulla libertà di stampa, un quotidiano, “il Giornale”

allora diretto da Vittorio Feltri, ricopiando alla lettera l'espressione offensiva del presidente del Consiglio Berlusconi, rivolta a coloro che avrebbero partecipato al raduno, la fa sua e riesce a titolare – caso unico nel mondo – a diciotto colonne: «SI RIUNISCONO I FARABUTTI», nove colonne in prima pagina, poi si volta il foglio e in terza pagina (quindi in continuità) di nuovo «SI RIUNISCONO I FARABUTTI» su altre nove colonne. Nove più nove fa diciotto. Mi immagino il rimpianto di quel direttore per la mancanza di quotidiani a dieci, quindici, venti colonne per pagina, dove sdraiarsi e strisciare... Con direttori di questo tipo i redattori non possono essere da meno.

Infatti. Un certo giorno, sempre il famigerato Berlusconi, con la sua consueta trivialità, si rivolge a Rosy Bindi apostrofandola «più bella che intelligente». Passa un solo giorno, e un oscuro redattore del “Giornale” inizia così il suo articolo: «Franceschini, che è più bello che intelligente...». Fa propria e scimmiotta la finezza del suo Padrone. Ben appresa subito la lezione, la ripete come un pappagallo, immagino con quale soddisfazione del suo Direttore. Farà carriera.

E GLI ALTRI?

Ci sono poi i giornalisti che sono ancora legati alla loro professione. Ormai sono pochi. Temono per le loro pensioni, addirittura per il posto. I più giovani sono penalizzati da un'incapacità professionale diffusa. Eppure sono quelli innamorati del giornalismo. Ma in quale giornale si insegna ai praticanti (esistono ancora?) la tecnica investigativa, come si struttura un'inchiesta, come si legge un atto parlamentare, come si decifra un bilancio societario? C'è chi viene mandato

a morire in zone di guerra senza alcuna preparazione. La qualità è vista con sospetto, fornisce prodotti compromettenti che quasi nessuno vuole più. Gli editori preferiscono che sia così, perché così è più agevole trattare i giornalisti come manodopera surrogabile e manipolabile. A questa base sempre più dequalificata si aggiunge una massa di esterni all'Ordine che dà l'assedio al fortino dei privilegi, nella speranza di farne prima o poi parte. È la massa degli sfruttati, di coloro che sono pagati pochissimi euro a "pezzo", o hanno strappato contratti precari o lavori parziali che istituzionalizzano il ricatto: "o ti adegui o te ne vai". In definitiva, anche nei giornali con *pedigree* è penetrata la peste dell'ignoranza, dell'insicurezza e del bisogno che sta trascinando tutta la "carta stampata" verso il fondo perché consapevolmente o inconsapevolmente lavora contro la diffusione e l'autorevolezza dei giornali.

«È l'editoria italiana, bellezza! L'editoria! E tu non ci puoi far niente! Niente!». Due righe, cui contrappongo Issa Kobayashi: «Eppure – *eppure*».

Eppure, qualcosa di civile si può sempre fare.

SULLO STATO DELLA LIBERTÀ DEI MEDIA E LA LORO RIFORMA

A questo fine è diretta quella pessima, né mai abbastanza esecrata ed aborrita “libertà della stampa” nel divulgare scritti di qualunque genere; libertà che taluni osano invocare e promuovere con tanto clamore.

Inorridiamo [...].

Gregorio XVI, 1832

Quasi tutti i nostri giornali hanno oggi lo stesso odore; o, meglio, lo stesso cattivo odore; quasi tutti portano i medesimi mascheramenti, le medesime alterazioni e soppressioni delle notizie; dimostrano il medesimo conformismo riguardo al regime economico e sociale.

Ernesto Rossi, 1958

1. NERO SU NERO

Allo stato della libertà dei media si addice la metafora sciasiana del *Nero su nero*. Già da tempo sentivamo di vivere, nel campo dell'informazione, una condizione assolutamente drammatica e pensavamo che non si potesse precipitare oltre. Oltre il nero del buio più oscuro non si va; al contrario stiamo sperimentando gradazioni di nero ancora più forti. Anche solo riflettendo su pochissimi casi avvenuti negli ultimissimi mesi, nelle ultime settimane, dobbiamo arrenderci al fatto che la situazione da drammatica è diventata addirittura tragica.

Nell'allestimento della manifestazione per l'inaugurazione della Società Pannunzio per la libertà di informazione, avvenuta nell'aprile del 2009, noi ponemmo attorno al tavolo e sulle pareti della sala alcuni manifesti con il numero "44". Ci sembrava già uno scandalo che l'Italia fosse al quaranta-quattresimo posto nella classifica annuale di "Reporters Sans Frontières", ma avevamo e avremmo avuto anche posizioni peggiori. Ogni anno, quando RSF pubblica la nuova classifica annuale, il mondo della comunicazione italiano alza le spalle, riporta a mala pena la notizia e deglutisce il rospo. Come se non gli riguardasse.

Guardiamola in faccia, invece, questa classifica. Nel 2020, i paesi censiti sono 180. L'Italia sembra uscita dall'incubo del periodo berlusconiano, ma il suo indice è un'altalena in una fascia in generale vergognosa e avvilita, se si fa il confronto con gli altri paesi europei.

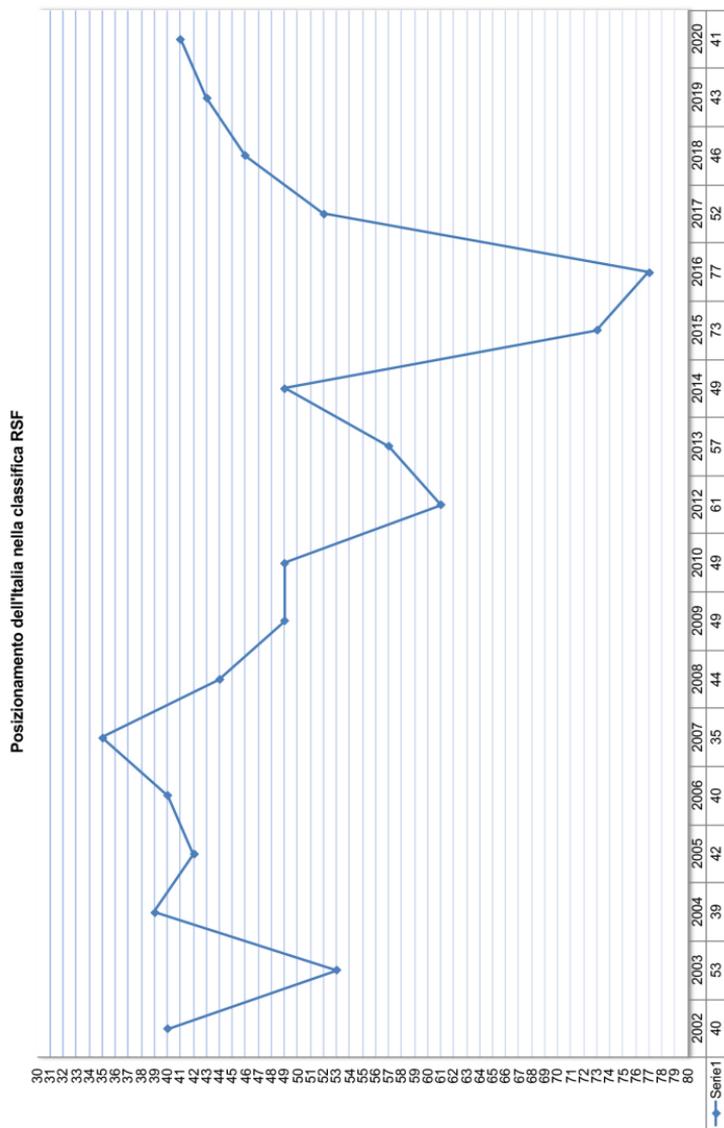
I cinque stati più virtuosi sono ovviamente: 1. Norvegia; 2. Finlandia; 3. Danimarca; 4. Svezia; 5. Olanda. Scontate sono pure la maglie nere: 180. Nord Corea; 179. Turkmenistan; 178. Eritrea; 177. Cina; 176. Djibouti. Peggiori di noi sono: 42. Corea del Sud; 43. Taiwan; 44. Oecs; 45. Stati Uniti, che superano di misura la Papua-Nuova Guinea.

Vengono indicati come più "virtuosi" e liberi di noi (e c'è da arrossire): 40. Repubblica Ceca; 39. Botswana; 38. Burkina Faso; 37. Andorra; 36. Trinidad.

Nella mappa qui allegata, chiunque abbia un po' di conoscenza della politica italiana sa riconoscere, nell'Indice italiano, l'incidenza di governi, di provvedimenti legislativi, di direttori, e soprattutto della miseranda condizione della TV pubblica e privata.

Si può risalire la china? Proviamoci.

Sullo stato della libertà dei media e la loro riforma



2. I MEDIA NON SONO LIBERI

La libertà di informazione è, bene o male, garantita da costituzioni e da leggi. I media che avvolgono il globo con le loro reti si dichiarano liberi, ma sono ovunque in catene. I vincoli, beninteso, sono sempre più virtuali, invisibili, legano le menti e le indirizzano. Una lunghissima lotta ha assicurato la “formale” libertà d’informare: oggi nei paesi industrializzati si può stampare, trasmettere, emettere segnali, suoni, messaggi. Tutto (quasi) liberamente. La libertà dell’impresa mediale è (quasi) assicurata giuridicamente, spesso foraggiata. E così il mondo simbolico s’è adagiato sul mondo reale, coprendolo, rimodellandolo, se non sostituendolo.

La nuova era è sotto il segno dell’informazione. Il cumulo degli strumenti informativi è impressionante. Persino eccessivo, temono alcuni. Però, se ciascuno dei segmenti di questo cumulo è inquinato perché non libero, il Tutto si tramuta in un incubo di conformismo e di illibertà. L’opinione pubblica viene blandita come dominatrice e onnipotente, ma in effetti è manipolata, eterodiretta, svingorita. Gli strumenti del comunicare sono inesorabilmente e progressivamente concentrati.

Dappertutto regnano, se non il monopolio, l’oligopolio e strutture elefantache, costosissime, irraggiungibili dalle minoranze ideologiche. Il lettore, lo spettatore e l’ascoltatore, che appaiono ovunque protagonisti, in realtà sono ridotti a oggetti inconsapevoli. Non sono titolari di alcun diritto. I risultati della conquistata libertà d’impresa mediatica sono deprimenti. Il pubblico-lettore si difende come può e arretra: abbandona progressivamente gli strumenti più “difficili” e soggiace a quelli più “facili”. Va sempre

meno in edicola ad acquistare i quotidiani e giace di fronte alla TV, assimilando improbabili notizie che gli si accavallano nella mente in un guazzabuglio di *fiction* e di *news*.

3. NON C'È DEMOCRAZIA SENZA INFORMAZIONE INDIPENDENTE

Secondo Robert A. Dahl,¹ dei cinque criteri che caratterizzano una democrazia compiuta, ben tre riguardano i media:

1. *Partecipazione effettiva* («prima che una strategia venga adottata [...], tutti i membri devono avere pari ed effettive opportunità per comunicare agli altri le loro opinioni a riguardo»);

2. *Diritto all'informazione* («entro ragionevoli limiti di tempo, ciascun membro deve avere pari ed effettive opportunità di conoscere le principali alternative strategiche e le loro probabili conseguenze»);

3. *Controllo dell'Ordine del giorno*. Lo stesso autore aggiunge che «offrire opportunità di crearsi una conoscenza chiara delle questioni pubbliche non è solo parte della definizione della democrazia, ne è un requisito fondamentale».

Se si intende la democrazia non solo come forma di governo, i requisiti minimi sono la «Libertà d'espressione» e la possibilità di «Accesso a fonti alternative d'informazione».

Certo, prosperano moltissimi stati totalitari, ma le cosiddette democrazie occidentali possono dichiararsi tali senza continuare a perseguire almeno quei requisiti minimi che noi stessi

¹ Robert A. Dahl, *Sulla democrazia*, Roma-Bari, 2000.

consideriamo necessari? Possiamo ancora dirci democratici se non riprendiamo in mano le analisi e le ricette del liberalismo, e accreditiamo ancora un sistema politico diventato sempre più un guscio vuoto? Siamo ben lontani dalla “democrazia della società civile”. Se le masse non hanno strumenti corretti e plurimi per farsi un’idea appropriata dell’agenda politica corrente, sarà sempre più illusoria la loro trasformazione in “società civile” in grado di svolgere costantemente una verifica e una valutazione dell’operato del governo e delle forze politiche che si candidano alla sua sostituzione.

Viviamo il fallimento della democrazia costituzionale, ovvero della democrazia delle regole. Ora il gioco è visibilmente truccato sia dalla manipolazione dell’opinione pubblica, sia dall’esiguità e dalla predeterminazione delle scelte del singolo elettore. L’attuale cittadino-elettore, convinto sempre di più che per esprimere con maggiore vigore la propria scelta politica debba non recarsi alle urne, deve rendersi conto che ancor prima di elettore egli è (e deve diventare) un lettore consapevole, con diritti riconosciuti sul controllo e sulla trasparenza, e non un consumatore di media, facile preda di propaganda e di manipolazione.

Abbiamo tanto combattuto affinché le elezioni politiche fossero libere, bisogna cominciare a lottare – come sostiene Sartori – affinché anche le opinioni siano libere «cioè liberamente formate».² Ora, invece, i media si identificano con le loro proprietà e nessuno crede più ai giornali come portavoce dell’opinione pubblica, quando ne sono soltanto uno strumento di deformazione.

² Giovanni Sartori, *Democrazia: cosa è*, Milano, 2000.

4. OPINIONE PUBBLICA E PROPAGANDA

Se tutta la Propaganda è Persuasione (in qualche modo forzata), non tutta la Persuasione è Propaganda. Se a queste due affianchiamo la Testimonianza, che è l'unico *modus operandi* dell'autentico giornalismo, abbiamo tre concetti contigui, spesso con vaste aree in comune e con la predisposizione a fagocitarsi l'un l'altro. Lo sbaglio più colossale è quello di definire positiva o negativa la Persuasione e la Propaganda a seconda del loro contenuto, del loro fine o delle loro caratteristiche principali, come l'intenzionalità manipolatrice del propagandista, o la semplicità, anzi il semplicismo, o la ripetitività. La Propaganda non si distingue dalla Persuasione né per il contenuto "veicolato" né per le "intenzioni" del comunicatore, né per le tecniche usate, bensì per la quantità informativa con cui sommerge le menti senza che queste abbiano sufficienti alternative. La Propaganda non ammette d'essere contraddetta.

L'unico antidoto è il pluralismo delle fonti. Si ritorna così all'importanza primaria del frazionamento del potere mediatico in un'epoca in cui è persino impossibile avere dati attendibili sul processo di fusione dei media, tanto è frenetico il ritmo delle concentrazioni. Quando l'informazione è nelle mani di un unico soggetto, si arriva alla Propaganda perfetta, ma questa posizione monopolistica non è prerogativa esclusiva degli Stati totalitari. Anche gli Stati democratici, in alcuni momenti della loro storia, hanno costruito una loro condizione monopolistica per affermare temi propagandistici che stavano particolarmente a cuore agli esecutivi. Anche in periodi di cosiddetta "normalità" non è necessario che la condizione di monopolio sia stabilita ufficialmente dal governo, ma è piuttosto tutto l'apparato ad

adeguarsi e uniformarsi. In più, c'è anche il diverso “peso” dei differenti vettori informativi: purtroppo non esiste soltanto la tendenza monopolistica all'interno di ogni vettore, ma anche lo strapotere, su tutti gli altri, di un vettore come la televisione, e chissà, in un domani assai prossimo, del web, col risultato che l'attenzione dell'individuo è fagocitata pressoché interamente e senza alternative critiche.

5. RILEVANZA E RIVOLUZIONE DEI NUOVI MEDIA

Il “numerico” fa convergere i tre sistemi di segni che compongono la comunicazione: la parola scritta, il suono e l'immagine. Poiché tutti e tre i segni sono diffusi da un unico mezzo (il *bit*), è inevitabile la concentrazione tra i vettori. Finora nulla si è fatto per governare questo processo.

Contemporaneamente, come non notare e non fare i conti con la stessa mutazione del concetto di “merce”? «Passiamo dai mercati alle reti», scrive Jeremy Rifkin.³ In quel nuovo tipo di mercato che è la rete si frantumano la proprietà e le merci. Soprattutto i “nuovi padroni” dei media non vendono beni materiali, ma principalmente “flussi d'esperienza”. Esperienza di testi, suoni e immagini. Diventando il “bene” immateriale, anche il termine “proprietà”, che rimanda a un passaggio fisico da un soggetto a un altro, diventa improvvisamente obsoleto e destinato a regolare soltanto rapporti “residui”. Ma in questo caso, qual è la più efficace politica anti-concentrazione? Ammesso che esista un'autorità in grado di deciderla e di

³ Jeremy Rifkin, *Voici venu le temps des reseaux*, in “*Manière de voir - Le Monde diplomatique*”, n. 63, 2002.

farla rispettare. Forse è antistorica e antiscientifica un'attività antitrust che aggredisca l'integrazione di tipo verticale, cioè tendente a separare le varie forme che compongono l'esperienza. È impossibile tenere separata la diffusione del suono da quella dell'immagine. È impossibile frazionare i "flussi d'esperienza" o anche solo resistere al processo d'integrazione.

Tutti gli sforzi dovrebbero essere indirizzati, invece, verso *politiche antitrust di tipo orizzontale*, ossia quelle che, pur ammettendo l'unità dell'esperienza informativa, la limitino in termini quantitativi fino a soglie minime e in modo così rigoroso da attivare un processo di moltiplicazione dei soggetti produttori e quindi delle offerte informative. Creando un mercato in cui la concorrenza sia il più possibile effettiva. Sia la sinistra sia la destra, e non solo nel nostro Paese, non hanno una politica coerente sulla libertà di comunicazione. Continuano a ragionare con l'antica logica della contrapposizione tra pubblico e privato.

La destra confonde la "libertà" con le "mani assolutamente libere", anche se queste tendono alla concentrazione e all'opacità, e sono propense a usare questa particolare "merce" con scopi sfacciatamente non pertinenti. La destra confonde il mercato con l'assoluta assenza di regole. Incoerentemente con le idee che professa, mira a un basso, o nullo, livello di concorrenza e, insieme, a cospicui finanziamenti pubblici.

La sinistra macina ancora la stravecchia convinzione, smentita dai fatti, che il pluralismo possa essere gestito dal potere pubblico. Come se il potere pubblico fosse neutro e non "soggetto" di scelte, le più diverse, e portatore di interessi propri. Come se potesse esistere l'obiettività dell'informazione. Come se il problema fosse quello d'assicurare questa obiettività e bastasse svincolare i media dal "privato" per innalzarli a esclusivi portavoce di chissà quale Verità, altrimenti distorta

da interessi e scelte di parte. Come se la notizia non fosse sempre di “parte”. La sinistra di origine comunista non sa dare risposte a queste domande e alla fine si riduce a intendere per “pubblico” la grossolana lottizzazione.

Quando arriverà, questa sinistra, a comprendere che il compito dello Stato non è quello di fornire notizie spacciate per obiettive, ma di garantire l’effettiva pluralità delle fonti informative? Passare dalla lottizzazione al pluralismo significa cambiare la propria filosofia della storia.

L’idea che tutte le comunicazioni siano nelle mani d’un pugno di oligopolisti fa tremare, ma non è neppure consolante che sia lo Stato (dittatoriale o no) a gestire un potere così enorme. La rete ora è un gigante produttore di libertà, ma ha i piedi d’argilla. Se lo Stato è debole, le scelte pubbliche sono preda facile del potere economico; se lo Stato assume compiti non propri, le conseguenze sulla libertà dei cittadini sono schiaccianti. Non c’è soluzione deccente che non passi per un’acquisizione di effettiva autonomia e limitazione del “politico”. Ora la politica, troppo spesso degradata a semplice strumento operativo di poteri privati, appare sempre più come un arbitro corrotto e compiacente. Lo Stato non può gestire alcun mezzo d’informazione, deve sottolineare la sua neutralità e assicurare l’effettivo pluralismo dell’informazione, come unico garante di un processo democratico non inquinato.

6. CITTADINI, LETTORI, CONSUMATORI

La libertà d’informazione e il “diritto a essere informati” sono due valori differenti ma complementari, guai a metterli in concorrenza. Vanno entrambi garantiti. Prima abbiamo

inserito il “diritto a essere informati” tra le condizioni indispensabili per una democrazia non finta, ma la libertà d’informare resta pregiudiziale (perché fondatrice) di questo stesso diritto. Esattamente come la libertà comprende in sé l’uguaglianza, e non viceversa. Essa è un bene assoluto (anche se paradossalmente sono molti giornalisti a sostenere il contrario) e non può essere vincolata a determinate *funzioni*. E poi queste “funzioni” da chi dovrebbero essere decise: dallo Stato? Dal Partito? Dalla Chiesa?

Le tre qualifiche che vanno per la maggiore, ossia “obiettività”, “imparzialità” e “completezza”, infestano la normativa sul giornalismo e i codici deontologici, ma non hanno fatto compiere un passo in avanti alla qualità e alla libertà dell’informazione. Il giornalista non svolge, né deve svolgere alcun’altra funzione se non quella di *testimone della realtà*, il suo compito è di “riportarla” come la vede e la percepisce, senza illudersi di liberarsi dal soggettivismo e dalle incertezze proprie d’ogni testimone. Nel passato sono state alimentate tesi tanto velleitarie quanto improduttive sulla missione sociale del giornalista. Anche a scapito della notizia. Mentre, più subdolamente, nella mente del giornalista è rimasta ferma la missione della difesa degli interessi della Proprietà. I cittadini-lettori più avvertiti sanno bene che caricare il giornalista di *funzioni* aggiuntive apre un contrasto col “diritto/dovere di cronaca”, oltre a non migliorare la leggibilità e la correttezza dei nostri giornali.

Piuttosto che combattersi in una guerra tra straccioni, “il diritto di cronaca” e “il diritto a essere informati” si devono alleare e prendere coscienza che non c’è l’uno senza l’altro.

Soprattutto va fondato, pressoché dal nulla, il “diritto dei lettori”, i quali sono senza difese sia in quanto cittadini (non

viene garantita loro né la pluralità né l'indipendenza dell'informazione), sia in quanto consumatori (non viene neppure preso in considerazione il fatto che, in quanto compratori di una merce, essi sono "consumatori" e quindi dovrebbero acquisire diritti almeno analoghi a quelli che, con fatica, hanno conquistato gli acquirenti di un qualunque bene di consumo in fatto di trasparenza, di non commistione di interessi e di non inquinamento della notizia).

7. LA PALUDE CONFORMISTA

L'articolo 21 della nostra Costituzione sulla libertà di stampa è un bell'esempio di liberalismo. Assai rigido e su linea cavourriana, suggerisce che in questo campo meno si legifera e meglio è. Ma purtroppo si è legiferato, e sono molte le leggi ordinarie che contraddicono lo spirito del dettato costituzionale. Alcune di queste ne violano apertamente la lettera (come l'obbligo di registrare le testate giornalistiche presso i tribunali). Altre costituiscono intralci e pleonasmii. Esiste però anche una "libertà positiva" che va assicurata, ma che non viene assicurata.

La Costituzione non se l'è dimenticata, e l'art. 3, pur nella sua generalità, risponde bene allo scopo. È quello che sancisce il dovere della Repubblica di rimuovere gli ostacoli di ordine economico e sociale che, limitando di fatto la libertà e l'uguaglianza dei cittadini, impediscono il pieno sviluppo della personalità umana.

Da qui nasce sicuramente il dovere del legislatore di operare per garantire effettivamente a tutti la possibilità concreta di esprimersi liberamente. Il "*funzionalismo*", ovvero la teoria

che assegna d'ufficio al giornalismo una "funzione" ultronea, perduta la battaglia con l'art. 21, si è voluto rifare nei decenni successivi. La normativa ordinaria risulta influenzata dallo spirito sostanzialmente illiberale dei tempi, più che dall'art. 21, e ha raggiunto il suo culmine sia con la famosa sentenza della Corte di Cassazione del 1984, sia con tutta la stagione delle grida deontologiche che, non a caso, inaugura il periodo più buio del giornalismo italiano, che dura tuttora.

Si è così giunti al momento attuale, il peggiore, dove regnano, ammantati di retorica, gli intrecci perversi tra legislazione rinnegante e legislazione caduta in disuso o mai applicata, tra esaltazione acritica del "servizio pubblico" (dove l'inevitabile condizionamento politico e il corrispondente servilismo sono diventati persino sguaiati) e resa incondizionata al monopolio privato, tra precarietà contrattuale e debolezza se non connivenza sindacale.

I giornalisti affogano nella palude dell'irrelevanza e del conformismo. Ma anche gli editori, soprattutto quelli della "carta stampata", per inconsapevolezza e per ingordigia, operano per la propria fine.

La diminuzione inesorabile delle vendite, una funzione sempre più irrisoria di fronte a più moderni strumenti di comunicazione, un'organizzazione interna feudale, è davanti agli occhi di tutti, ma nessuno sembra vedere e prenderne coscienza. Ci si accontenta di ridursi a veicolo non più di idee proprie e d'informazioni, ma di libri e cianfrusaglie varie. Risultato? La massiccia distorsione del messaggio informativo, la manifesta commistione – se non addirittura sudditanza – tra il testo redazionale e la pubblicità, l'inconsapevolezza del proprio ruolo. Da qui la caduta verticale dell'autorevolezza dei media e dell'attendibilità dei giornalisti.

L'esito della competizione tra "la carta stampata" e la comunicazione polverizzata su internet è considerato scontato solo da chi ha dimenticato l'importanza che deve essere riconosciuta al vettore rispetto al messaggio da trasmettere, e che vettori diversi svolgono ruoli differenti e insostituibili.

La gara tra i due ha esito scontato soltanto se è condotta dagli attuali media tradizionali senza alcuna capacità di auto-trasformazione e senza una forte sottolineatura sia della loro indipendenza, sia della loro specificità, sia del valore insostituibile della professionalità giornalistica.

I manager editoriali stanno scegliendo la via dell'affiancamento dei due vettori (stampa e internet), confidando gretatamente nello sfruttamento ripetuto dello stesso prodotto. Ma, al contrario, il prodotto stampato si può salvare proprio differenziandosi radicalmente.

Vi sono due differenti mercati che non verranno mai meno: quello privo di pretese particolari, che approfitta della gratuità offerta per annegare in un marasma di notizie non verificate o scritte malissimo, sfoghi e bufale. E quello che invece ha l'esigenza di leggere cose di alta qualità, magari in esclusiva, magari ideologicamente non omogenee o non propagandistiche, ma autorevoli e sicuramente non adulterate dalla pubblicità redazionale. Insomma, quello che è disposto a spendere dei quattrini per maturare una propria opinione, piuttosto che per vedersela confermare ogni giorno.

Questo risultato può essere raggiunto soprattutto dalla "carta stampata", ma solo se questa ha il coraggio di riqualificarsi con un giornalismo professionalmente competente. Se la "carta stampata" rincorre acriticamente il mercato imponente della rete, il suo destino è segnato. Con grave danno del patrimonio informativo complessivo.

8. CINQUE CRITERI PER LA RIFORMA DEI MEDIA

Tra le attuali emergenze democratiche va quindi annoverata anche una vera riforma, legislativa e non, che costruisca le condizioni strutturali per garantire la libertà d'informazione e per fondare i diritti dei lettori-consumatori.

Per essere efficace, essa dovrebbe perseguire cinque criteri:

1. Sancire la rilevanza, di primario interesse pubblico, di una informazione libera, quale componente necessaria per l'esistenza di una democrazia politica.

2. Stabilire che la libertà d'informare non può essere garantita da altro se non da un effettivo pluralismo delle fonti.

3. Perseguire la massima separazione possibile tra i poteri della "sfera pubblica", che va al di là dell'ovvia separazione dei poteri dello Stato.

4. Riconoscere al bene "informazione" uno *status* differente da quello di semplice merce e quindi costruire, per le imprese editoriali, una forma di *governance* con una propria esclusiva tipicità.

5. Considerare basilare la presenza del lettore-consumatore tra i protagonisti del processo informativo.

9. I TRE POTERI DELLA "SFERA PUBBLICA": UN NUOVO SEPARATISMO

Il liberalismo ha inventato un principio che è rivoluzionario, perché si fonda sulla constatazione dell'inevitabilità del potere e della necessità del suo frazionamento; ora si tratta di estendere tale teoria a tutta la "sfera pubblica", di cui il potere

statale non è che una parte e forse quella sempre meno rilevante. Solo il potere può frenare gli effetti perversi del potere.

Se si considera il potere statale come un insieme comprendente tutte le funzioni classiche più quelle che si sono aggiunte, come quella amministrativa o quella espressa dalla volontà politica dei partiti, nelle società moderne si può immaginare la complessiva “sfera pubblica” composta appunto dall’apparato statale, dal potere economico e dal potere mediatico.

In questa accezione, la “sfera pubblica” si identifica piuttosto con la *polis*, come luogo dove si intrecciano le relazioni e gli scambi dell’agire dei cittadini. Il caso vuole che si riproponga ancora una volta una tripartizione di veri e propri poteri che trovano in sé stessi la loro forza. Ma il principio liberale del separatismo è perlopiù stravolto: così, più che al legittimo e auspicabile conflitto tra poteri, assistiamo al continuo tentativo di ciascun potere di limitare l’altrui autonomia e di sterilizzare la reciproca competizione. La principale caratteristica “viziata” di questa tripartizione è che tutti e tre i poteri sono fuori dai loro binari. Le società che amano definirsi democratiche devono finalmente prendere atto di come manchi loro – nella sostanza e nella forma – quella “divisione dei poteri” che un tempo stava alla base d’ogni riflessione liberale. Perciò, per gli aspetti principali, lo scenario è tornato pre-stato moderno.

Il potere mediatico ha una enorme forza, ma non possiede alcun grado di autonomia, è completamente imbrigliato e le briglie sono nelle mani dell’economia e/o della politica.

Il potere politico ha perduto grosse quote di autonomia perché incapace di risolvere, in maniera drastica, il problema della propria autonomia finanziaria e dei condizionamenti connessi. Inoltre, il “politico” è stretto nella morsa dalla connessione tra potere economico e potere mediatico.

Lo stesso potere economico è fortemente condizionato dalle scelte delle politiche pubbliche.

Le reciproche invasioni di campo sono all'ordine del giorno. Il "politico" sconfinava nella comunicazione: saccheggia e assoggetta reti televisive, si impadronisce di agenzie stampa, un tempo – come Stato – persino di un quotidiano. Esercita continue pressioni e ricatti sui padroni dei giornali. Da parte loro, gli industriali della comunicazione, da sempre, considerano il ricavo economico un sovrappiù rispetto al guadagno che deriva loro dalla forza di pressione propria dei media usati per ben altro che per informare. Condizionando il mercato pubblicitario, anche i soggetti economici che non possiedono direttamente vettori mediatici controllano e si spartiscono quel "sovrappiù". Qualche volta lo proclamano sfacciatamente.

Se fosse riconosciuto e perseguito nella pratica politica il principio della separazione di questi tre poteri, il salto di qualità democratica sarebbe enorme. Ma prima sarebbe necessario che diventassero consapevolezza di massa i guasti provocati dalla terribile distorsione causata dalla dipendenza delle forze politiche dal finanziamento lecito e illecito dell'apparato economico, i guasti generati dalla informazione eterodiretta, i guasti provocati al mercato dalla burocrazia politica e dai finanziamenti pubblici.

10. I COMPITI DI GARANZIA DI UNO STATO NEUTRALE

Anche il liberista più ossessivo sa che la libertà economica non può essere in contrasto con la libertà *tout court* e, qualora lo fosse, dovrebbe farsi da parte. Se quello dell'informazione

fosse solo un diritto sociale, non avrebbe la prevalenza sulla libertà economica. Se, invece, viene messa in discussione la libertà dei cittadini – come nel caso dei media distorti da interessi non propri – è costituzionalmente doveroso liberalizzare uno specifico mercato, spogliandolo di molti aspetti schiettamente economici e disegnando uno statuto che garantisca totalmente, e renda autonomo e ben chiaro proprio quel suo *surplus* di potere. L'informazione deve mettere tra parentesi il suo *status* di merce per potenziare il suo *status* di bene specifico. Un intervento dell'autorità politica è più che legittimo, perché non va contro la libertà d'impresa né contro la libertà d'espressione. La dottrina giuridico-economica prevede la legittimità di “norme proibitive”:

I beni, previsti da norme proibitive, sono resi incommerciabili, e come tali, sottratti al negoziare del mercato. La disciplina può presentare sfumature e gradazioni. [...] Qui torna utile d'osservare che la commercialità, cioè la destinazione allo scambio, non è un carattere naturale del bene, ma sempre e soltanto un carattere giuridico.⁴

Tutte queste argomentazioni vogliono dimostrare che è possibile intervenire, anche drasticamente, con proposte che rimangono tutte ugualmente interne alla logica del privato e del mercato libero. È a noi, infatti, completamente estranea quella logica che individua nello Stato il garante o addirittura il gestore, ridicolo in verità, d'una presunta obiettività o neutralità dell'informazione, secondo una logica antisoggettiva che già tanti danni ha inferto.

⁴ Natalino Irti, *L'ordine giuridico del mercato*, Roma-Bari, 1998.

11. UN MODELLO PER LA LIBERTÀ D'INFORMAZIONE. PREMESSA

Il modello proposto prevede, per le grandi imprese editoriali, il conflitto concorrenziale tra soggetti privati (non inquinati da alcun rappresentante pubblico) all'interno del mercato. Però “soggetti privati” *peculiari e sottoposti a vincoli che perseguono il fine di sottrarli all'influenza di entrambi gli altri due poteri.*

Come si può affermare un modello di proprietà-gestione delle imprese di comunicazione che sia radicalmente diverso da quello attuale e che sia tutto ispirato alla separazione tra potere economico e potere mediatico?

Alcuni, sopravvalutando l'insopprimibile carattere industriale ed economico che è parte integrante d'ogni impresa comunicazionale, potrebbero ritenere assolutamente utopistico questo progetto di riforma, anche se, in astratto, concordassero sull'obiettivo di fondo. Eppure qui si indica un'utopia possibile. Nessuno mette in dubbio una componente industriale nei media, si pone però l'esigenza di sottolineare le peculiarità dell'industria mediatica e di *differenziare* i suoi modelli societari da quelli delle altre industrie, perché il fine produttivo e di lucro è comunque assolutamente secondario rispetto alle finalità pubbliche complessive d'un tipo d'impresa che per sua natura è unico.

Certo che è difficile. Va a scontrarsi con una concentrazione di interessi che non ha uguali, ma il mondo della politica, se vorrà salvare il legittimo potere – legato al suo stesso ruolo – dovrà, prima o poi, comprendere che invece di scendere di volta in volta a patteggiamenti, ricatti e influenze non trasparenti, ha come unica via d'uscita il perseguimento

d'una coerente politica di "separazione", in grado di mettere ordine liberale in tutta la "sfera pubblica". Non c'è mercato che non conosca una forte propensione al monopolio, ma i paesi capitalistici dimostrano la loro maggiore o minore capacità di svilupparsi proprio nella maggiore o minore resistenza che sanno opporre alle concentrazioni di potere, nell'affermazione di regole che diano ordine alla democrazia industriale. Siamo convinti che porre all'ordine del giorno la liberalizzazione dei media incontrerebbe un grande favore presso gli elettori-lettori, al punto che le eventuali perdite economiche (che comunque non ci sarebbero) passerebbero in secondo piano, come avviene solitamente quando si realizzano grandi riforme.

Tutti i critici dall'interno del sistema capitalistico non hanno mai smesso di predicare contro le concentrazioni economiche; anzi, più aderiscono a teorie liberiste e più si battono per legislazioni antitrust.

Soltanto in Italia vegeta una strana specie di economisti e di politici che si proclama liberista, ma si schiera dalla parte del monopolio. Se, per esempio, nella patria del capitalismo più maturo, gli Stati Uniti, si pose e si cercò di risolvere il problema della separazione tra finanza e industria, vuol dire che il principio separatista e liberale settecentesco "funziona" ancora come pietra miliare d'ogni politica che si faccia carico della questione del potere. Oggi, purtroppo, non sono molte le voci che si innalzano per gridare allo scandalo contro una concentrazione di potere (somma di potere economico e di potere mediatico) che nel mondo ha portato alla morte ogni libera espressione. Eppure siamo ben oltre allo «sterminato potere» denunciato dal New Deal.

12. LA RILEVANZA PUBBLICA DELL'INFORMAZIONE

La rivoluzione della separazione tra potere economico e potere mediatico può essere garantita solo dalla “pubblicizzazione delle imprese mediatiche”, dove “*pubblicizzazione*” non sta per “*statalizzazione*”, ma per *riconoscimento della rilevanza (non funzione, mi raccomando) pubblica dell'informazione*. Il libero contributo alla formazione dell'opinione pubblica deve essere considerato, non solo sui manuali ma anche nella realtà, come *fondamentale e necessaria clausola* affinché una democrazia possa definirsi tale.

Un'avvertenza è necessaria: certamente perseguiamo una formazione più libera della pubblica opinione, ma ugualmente temiamo, insieme con Tocqueville, “la tirannia dell'opinione”, non essendoci mai passato per la testa che l'opinione dei molti sia di per sé più valida di quella dei pochi. Il nostro obiettivo è di stampo riformatore. Vorremmo che l'opinione pubblica fosse non mitizzata, ma avesse più strumenti critici e fosse meno vittima condizionata da interessi alieni. Soltanto questo, ma non è poco. Basta che si prevedano effettivamente la fuoriuscita dell'impresa mediale dall'unica dimensione dello scambio di merci e la sterilizzazione d'ogni controllo economico.

Qui si propone un modello che risponde al principio secondo cui la proprietà d'un giornale deve essere di chi ci lavora e dei suoi lettori.

La soluzione, più volte avanzata, della formula della *public company* è assolutamente la peggiore, proprio perché il suo elemento caratterizzante è la contendibilità del controllo. Un giornale (o qualunque altro vettore mediatico) gettato sul mercato e quotato in borsa soffre di tutti i difetti che comporta il padrone unico e, in più, subisce quelli di una maggiore

precarietà e minore trasparenza della proprietà. La separazione si realizza con la formazione di “*pseudo public companies*”, cioè di società prive di azionisti di riferimento e non scalabili dall’azionariato. La *pseudo public company* è definita:

Un modello in cui, come nella public company, il controllo è esercitato da un soggetto che dispone di una quota limitata o nulla del capitale e la proprietà è diffusa, ma che, a differenza della public company, non prevede la possibilità di ricambio del controllo contro la volontà di chi lo esercita.⁵

L’esempio riportato in proposito dalla letteratura specializzata è quello delle tre Grossbanken tedesche (Deutsche Bank, Dresdner Bank e Commerz Bank), nelle quali il controllo è esercitato dal *management*. Le qualifica, come abbiamo visto, il carattere non contendibile del loro controllo.

13. LE DIFFICOLTÀ DEL MODELLO. POSSIBILI SOLUZIONI

Adottando questo *modello di liberalizzazione*, la volontà politica riformatrice opererebbe contro soggetti (gli attuali proprietari) fortemente contrari e risoluti a non accettare ciò che avrebbero l’interesse di dipingere come una vera e propria espropriazione. Ma che espropriazione non sarebbe, perché la trasformazione in *pseudo public company* dovrebbe essere garantista dell’attuale valore economico del bene.

⁵ *Assetti proprietari e mercato delle imprese*, (a cura di) Fabrizio Barca, vol. I, Bologna, 1994.

La mano pubblica, interessata a un riequilibrio dei poteri e allo stabilimento d'una vera libertà d'espressione, può influire, porre limiti, condizionare in molti modi. Dovrebbe dare inizio gradualmente a un percorso tutto dichiaratamente indirizzato non all'acquisizione *in proprio* del bene, bensì alla creazione progressiva di società private sempre più autoreferenziali. Lo strumento principale è una legislazione antitrust.

Il *primo provvedimento*, il più importante, impone il vincolo alle proprietà attuali in tutto il settore mediale (carta stampata, televisione, altre forme di comunicazione) di *possedere un solo vettore in ciascuna area produttiva*: un solo quotidiano, una sola rete televisiva, un solo portale in internet, ecc. Questa misura ha lo scopo di non deprimere le sinergie che obiettivamente si instaurano tra i diversi campi, ma impedisce all'interno di ogni settore la formazione di posizioni dominanti. L'eccedenza andrebbe ceduta in forme e modi indirizzati dalla normativa.

Il *secondo provvedimento* introduce *l'obbligatorietà della quotazione in borsa*. C'è da domandarsi: come sarebbe l'accoglienza, nel più tipico luogo del mercato, di un bene che certamente è orientato verso obiettivi che esulano dallo scambio economico? La conoscenza del punto d'arrivo (la *pseudo public company*) non scoraggerebbe, infatti, né la partecipazione dell'azionariato diffuso né l'intervento degli investitori istituzionali (le compagnie di assicurazione, i fondi comuni d'investimento e i fondi pensioni). Il primo, l'azionariato, pur sapendo di non poter che essere "*nominativo*" e di non poter incidere sul controllo, potrebbe sentirsi persino più attratto da un assetto finale che, rendendo l'azienda editoriale davvero "pura" (o meno "impura"), sarebbe maggiormente garantito rispetto alle intemperie politiche e alle avventure più o meno spregiudicate di un capitano d'industria. Con conseguente, inevitabile, valorizzazione del

bene. Per i secondi la letteratura specializzata è rassicurante, perché sostiene che la presenza (anche solo in prospettiva) d'un controllo intoccabile e predeterminato non sposta le opzioni degli investitori istituzionali, giacché:

Il profilo dell'esercizio di voto da parte degli investitori istituzionali è stato spesso ritenuto del tutto secondario, poiché, secondo una diffusa convinzione, questi ultimi (proprio perché interessati unicamente alla massima valorizzazione dei titoli detenuti e caratterizzati da un'elevatissima diversificazione del portafoglio) sarebbero interessati non a intervenire nella gestione delle imprese, ma unicamente a valutare dall'esterno l'andamento della gestione, il corso dei titoli ed eventualmente a disinvestire la propria partecipazione.⁶

Terzo provvedimento: immissione di limiti al possesso azionario. Per la privatizzazione, in Italia, questa norma è stata decisiva, come lo è per ogni politica a favore delle *public companies*:

Attraverso la determinazione di una soglia massima nella consistenza delle partecipazioni dei singoli azionisti si punta ad impedire una stabile acquisizione del controllo da parte di un singolo soggetto o di un gruppo di azionisti, legati da patti parasociali o comunque dall'esistenza di rapporti di alleanza imprenditoriale (testimoniati dall'esistenza di un patto in società terze), ciascuno dei quali rimane al di sotto del tetto. L'obiettivo è quello di realizzare una polverizzazione dell'azionariato nel presupposto che l'assenza di azionisti di riferimento costituisca elemento propedeutico per lo sviluppo d'una *public company*.⁷

⁶ Raffaele Perna, *Public company e democrazia societaria*, Bologna, 1998.

⁷ *Ibidem*.

Ricordiamo che anche il *Programma governativo di riordino delle partecipazioni pubbliche* del 1992 indicava nella formazione d'un azionariato diffuso uno degli obiettivi principali delle procedure di privatizzazione. Un'altra misura limitativa più audace è la proibizione, per gli azionisti d'una società mediale con una quota consistente, di possedere partecipazioni di rilievo in altre società di qualunque tipo. E, ovviamente, qualunque forma di partecipazione incrociata. Questo passo non si pone l'obiettivo di creare la figura dell'editore "puro", cioè non impegnato in iniziative industriali in altri campi (figura che consideriamo fasulla e che in ogni caso giudichiamo inutile), ma vuole avere un valore dissuasivo, per favorire la fuoriuscita da tutto il settore mediatico di una concezione padronale.

Dopo questi tre provvedimenti, si passa dalla fase "distruttiva" dell'attuale sistema a quella "costruttiva" del nuovo. Per riassumere: *la nuova società mediale tipo può possedere un solo vettore in ciascun canale della comunicazione; la sua struttura societaria è quella di una pseudo public company; di quest'ultima ha alcune caratteristiche, come la quotazione in borsa e l'obiettivo d'un azionariato diffuso; è gestita nella parte industriale dal management e nella parte editoriale dai giornalisti, tuttavia fuoriesce dal modello della public company in quanto la gestione è autoreferenziale (nel senso che risponde esclusivamente agli investitori per gli aspetti patrimoniali e ai lettori per gli aspetti giornalistici), non è contendibile e non fa capo ad azionisti di riferimento.* Il modello deve salvaguardare anche, nella fase iniziale d'attuazione, quella che è definita "efficienza della dismissione" e, quindi, bisogna tendere alla "massimizzazione dei profitti dell'alienante", il quale deve essere ricompensato equamente del progressivo abbandono del bene. Probabilmente l'abbassamento di valore, normalmente causato da un grado più o meno alto di forzosità nella vendita, verrebbe alleviato dalla gradualità

di tutta l'operazione. Infine, come escludere un effetto molto positivo, scaturito dal clima di novità e dall'impreziosimento del bene, provocato dal nuovo assetto che potrebbe trovare nell'azionariato popolare un incremento d'interesse?

Operando su questi margini, si può recuperare la possibilità di distribuire al *management* e ai professionisti della nuova società liberalizzata una quota di azioni, anche minima, in grado di formare un nucleo stabile non contendibile né cedibile.

Va da sé che, accanto a questo modello valido per la grandi imprese editoriali, dovrebbero coesistere, per la varietà dei vettori informativi e delle loro dimensioni industriali, formule-quadro differenti, tutte ispirate ai cinque criteri generali prima enunciati. Come avviene per le *public companies* tradizionali, la nuova impresa mediale deve rispondere ad alcuni requisiti "quadro" e a uno Statuto d'impresa in grado di garantire, di fronte ai lettori e all'azionariato, efficienza e vera autonomia. Il Consiglio d'amministrazione, espressione del nucleo stabile, rappresentativo dunque del *management* e delle maestranze da un lato, e dei giornalisti dall'altro, è distinto in due parti: una parte manageriale, con normali compiti amministrativi, e un Consiglio editoriale. Si potrebbe obiettare che questo modello è troppo statico. La scarsa dinamicità del vettore costituisce un handicap nemmeno lontanamente paragonabile all'assenza di indipendenza, ma comunque è limitativo dell'efficienza. Con un po' d'immaginazione, però, si può concepire un *management* non intoccabile.

Ugualmente, si possono escogitare alcune clausole per rendere più mobile il corpo redazionale. Per esempio, il contratto giornalistico individuale potrebbe essere a termine (decennale e rinnovabile) e non più a vita come adesso. Oggi, assai giustamente, i giornalisti rifiutano teoricamente ogni limitazione

temporale e ogni mobilità, perché se cedessero su questi due punti, ora che il mercato è oligopolistico e fermo, darebbero alle attuali Proprietà l'ulteriore definitiva arma di ricatto e di asservimento. Al contrario, in un contesto liberalizzato e con la scomparsa della controparte proprietaria, potrebbe essere accettata una mobilità in grado di rendere molto più fluido l'intero settore. D'altronde, l'attuale sistema di garanzie è fatiscente e già completamente in demolizione con l'affermarsi di una pratica massiccia di lavoro nero, precario o a tempo determinato. In più, la libera circolazione dei giornalisti è pressoché annullata dal processo di concentrazione delle testate. Il danno è incommensurabile: in questo campo le nuove generazioni, oltre a ricevere compensi irrisori, non sono affatto garantite e sono persino ignare degli antichi diritti. In questo la responsabilità del sindacato è incalcolabile.

14. LA SOLUZIONE B: IL *MOTU PROPRIO*

Ricordiamo quello che la storia ci insegna, ossia che proposte contro interessi costituiti, all'apparenza assolutamente indistruttibili, si sono fatte avanti e hanno raggiunto i loro obiettivi. Si è disgregato lo Stato assoluto. Sono state abolite la schiavitù e la tortura (almeno ufficialmente). Uguale destino toccherà alla pena di morte. Le donne hanno conquistato i loro diritti. Si è sciolta persino l'IRI... Quindi non si può escludere che la necessità d'essere liberi di comunicare e d'essere informati, pressante e conculcata com'è, non faccia progredire e portare a compimento progetti come quello fin qui disegnato, il quale può ora essere giudicato chimerico, come lo furono tutti quelli citati sopra.

Ma ogni politica riformatrice ha il dovere di presentare sempre una sua Soluzione B, basta che questa faccia fare passi sulla stessa strada e inveri gli stessi princìpi. L'obiettivo rimane sempre il medesimo: separare la proprietà dei media dalla gestione giornalistica. La soluzione della *pseudo public company* è drastica. Ve ne sono altre più tenui che conserverebbero l'attuale sistema proprietario, ma lo subordinerebbero a regole tassative già previste in altri settori. Se si parte dal presupposto dell'irragionevolezza e della perversità di una commistione tra poteri diversi, la non separazione, da una parte, del potere economico e il mondo dell'informazione mette in atto il più classico e il meno denunciato dei conflitti d'interesse.

Con l'eccezione vistosa dell'Italia, sono state inventate delle regole che in taluni casi rispondono (anche se non perfettamente) alla necessità di tenere distinta la proprietà dalla sua gestione. Ugualmente, una rigida politica antitrust potrebbe frantumare i colossi informativi e portarli a dimensioni concorrenziali, reprimendo accordi di cartello tra editori o stabilendo soglie alle concentrazioni molte più basse delle attuali. Gli stessi proprietari, se badassero – come sostengono – solo al ricavato economico, potrebbero avviare essi stessi un percorso riformatore delle loro aziende che ridimensionerebbe il loro potere “secondario”, ma aumenterebbe molto i proventi economici, dato che la nuova impresa sarebbe molto più apprezzata dagli azionisti e dai consumatori. Non avverrebbe in tal caso l'auspicata demercificazione dei media, ma almeno sarebbero ridotti i danni collaterali.

Già Luigi Einaudi sostenne che:

Gli attuali proprietari [dei giornali] hanno interesse a rinunciare a diritti, di cui sono destinati fatalmente ad essere spogliati, se

vogliono salvare quel che più dovrebbe ad essi premere, ossia il frutto economico della loro impresa. Aggiungasi che essi si dovrebbero persuadere della convenienza di siffatta abdicazione.⁸

È trascorso un secolo da quando i proprietari del “Times” e dell’“Economist” di Londra abdicarono spontaneamente al loro potere assoluto di scelta dei direttori ed escogitarono lo strumento di un comitato di fiduciari (*board of trustees*). Si domandò Einaudi: «Perché dovrebbero i proprietari dei maggiori giornali italiani vedere in questa restrizione un vincolo dannoso, laddove esso sarebbe invece garanzia sicura di prosperità dell’impresa?».⁹ La risposta è semplice: nel nostro Paese la classe imprenditoriale è assai arretrata e mediocre, e non si dedica esclusivamente all’interesse aziendale. Addirittura, gli attuali editori sono più antiquati dei loro predecessori di alcune generazioni fa che, con il “direttore-gerente”, regalarono al giornalismo italiano una breve fase di grande dignità.

15. CHE FARE?

DA PARTE DELLE POLITICHE PUBBLICHE

Per attuare la Soluzione B, data la rilevanza pubblica del pluralismo informativo, le *politiche pubbliche* dovrebbero:

a) Prevedere cospicue provvidenze pubbliche condizionate alla scelta autonoma, da parte dei possessori di imprese

⁸ Luigi Einaudi, *Il problema della stampa quotidiana* [1943], ora in *Giornali e giornalisti*, Firenze, 1974.

⁹ *Ibidem*.

editoriali, di sciogliere il loro conflitto d'interessi attraverso il conferimento a un terzo delle quote detenute nelle stesse, mediante un "negozio fiduciario" non revocabile o con un *blind trust*. Il dibattito politico, in Italia, su questi istituti di garanzia e di separazione è fuorviante perché condizionato dall'andamento delle paradossali esperienze contingenti, ma non è legittimo spogliare di valore tutti gli istituti e le regole che la dottrina giuridica ha escogitato o potrà escogitare per raggiungere – anche parzialmente – il fine predetto. Comunque, sarebbe un passo rivoluzionario rispetto alla situazione attuale.

b) Applicare una severa legislazione antitrust, comprendente regole già previste per la proposta precedente, ossia il vincolo alle proprietà attuali in tutto il settore mediale (carta stampata, televisione, altre forme di comunicazione) di possedere un solo vettore in ciascuna area produttiva; l'obbligatorietà della quotazione in borsa e nominatività delle azioni; limiti al possesso azionario, impedendo il possesso di più di una centesima parte del capitale sociale, fino a raggiungere l'obiettivo di un azionariato diffuso, collegando semmai l'acquisizione di azioni a una politica innovativa verso il lettore-consumatore.

c) Pretendere il rispetto integrale dell'attuale legislazione sulla stampa, in parte inapplicata, facendo osservare i diritti già acquisiti dai lettori e incrementandoli con norme sulla trasparenza delle proprietà, dei bilanci e dei processi decisionali, nonché sul diritto di rettifica e di difesa della propria onorabilità e della propria versione dei fatti.

d) Ridefinire il rapporto tra pubblicità e prodotto redazionale, sanzionando severamente l'attuale commistione generalizzata che costituisce, nello stesso tempo, una grave truffa verso il lettore e una delle cause non secondarie dell'attuale inattendibilità della comunicazione.

DA PARTE DEGLI EDITORI

Se perseguissero lo scopo di accrescere l'incidenza, l'autorevolezza e il valore materiale delle loro imprese, i proprietari – senza attendere una legislazione costrittiva – dovrebbero avviare *autonomamente* una riforma indirizzata alla massima trasparenza e alla piena responsabilizzazione dei diversi e distinti ruoli, attraverso:

a) Un nuovo *Statuto d'impresa* che preveda una separazione netta tra gestione industriale e gestione giornalistica, affidando quest'ultima a un *Consiglio editoriale* o *Comitato di fiduciari*, composto da membri permanenti come gli ex direttori del giornale, i più autorevoli e antichi collaboratori e alcuni garanti cooptati dal Consiglio stesso per l'autorevolezza e l'indipendenza che viene loro riconosciuta; membri temporanei come il "Garante dei lettori", i rappresentanti del corpo redazionale e – perché no? – personalità scelte nella società civile per il loro momentaneo ruolo di prestigio (per esempio, il rettore dell'università locale, ecc.).

b) Un nuovo modo di scegliere il *direttore di testata*. Il direttore della testata è nominato dal *Consiglio editoriale*, riceve un mandato che dura un numero prefissato di anni, non può essere riconfermato ed è rimosso soltanto se una maggioranza qualificata del Consiglio editoriale riconosce il venire meno di *standard* quantitativi e qualitativi predefiniti già nello Statuto dell'impresa. Il direttore, per essere all'altezza di questo compito, deve poter decidere le assunzioni (ora può solo proporre), nonché utilizzare effettivamente tutti i poteri che già gli vengono attribuiti, ma solo formalmente, dall'attuale contratto nazionale di lavoro giornalistico (art. 6), *come quelli di fissare e impartire le direttive politiche e tecnico-professionali del lavoro redazionale*,

stabilire le mansioni di ogni giornalista». Ogni anno il direttore, per le spese redazionali, è dotato di un *budget* preventivo adeguato all'andamento economico aziendale. Naturalmente il potere del direttore è riequilibrato dai diritti ormai acquisiti dalle redazioni. Oggi, la gran parte di questi poteri sono completamente svuotati dagli «accordi tra editore e direttore».

c) La nomina di un “Garante dei lettori”, scelto periodicamente dai lettori (per esempio, dagli abbonati o dagli azionisti, se l'azionariato è nominativo) in una rosa di ex giornalisti della testata, il quale è slegato da vincoli gerarchici con la struttura del giornale e dotato di uno spazio autonomo e non sindacabile in cui ogni settimana possa scrivere il proprio parere sull'informazione offerta dalla testata e sulle osservazioni del pubblico.

d) L'introduzione nel contratto giornalistico di *norme deontologiche* riguardanti sia i giornalisti sia l'amministrazione.

e) L'acquisizione dello *Statuto dei diritti dei lettori*.

16. LO “STATUTO DEI DIRITTI DEI LETTORI” E LA CORPORAZIONE DEI GIORNALISTI

Nessuno ha mai pensato di garantire i diritti dei lettori. Eppure sono consumatori di una merce ben più delicata di altre, perché condiziona la salute mentale e democratica. Il lettore, oggi, non ha che pochissime guarentigie sul prodotto che acquista e quelle poche sono disattese. Ugualmente, il lettore non viene informato di come si forma nel “suo” giornale il processo informativo, e scarse sono le difese di legge contro le prevaricazioni ch'egli crede di subire. Forse basterebbero poche regole per sanare i guasti più visibili:

a) Abolizione dell'obbligatorietà dell'Ordine dei Giornalisti. Da sempre si discute senza alcun costrutto dell'abolizione dell'Ordine, ma forse sarebbe più utile discutere dell'abolizione della sua obbligatorietà, e quindi della cessazione dei suoi privilegi corporativi. Come scrisse Einaudi: «l'albo obbligatorio è immorale, perché tende a porre un limite a quel che limiti non ha e non deve avere, alla libera espressione del pensiero».¹⁰ Ovviamente a “tutti i cittadini” (ricordate il dettato costituzionale?) dovrebbero essere permesse la fondazione e la direzione di un qualunque organo d'espressione del pensiero, senza alcun bisogno né di particolari qualifiche personali, né di registrazione, né di autorizzazioni della testata (in qualunque modo sia diffusa).

Per motivi pratici, soprattutto per la difesa della stessa testata giornalistica, ci potrebbe essere un albo cui notificare l'avvenuta fondazione di una nuova testata e l'indicazione di un responsabile (senza qualifiche professionali particolari). Ugualmente non può essere richiesta alcuna qualifica a chi voglia intraprendere la professione del giornalista. Sarà il mercato a decidere liberamente le qualità professionali degli aspiranti giornalisti.

L'attuale Ordine obbligatorio non è in grado neppure di far osservare le minime norme deontologiche e sanzionare adeguatamente le irregolarità. Se vogliono conservarsi una propria autoregolamentazione deontologica, i giornalisti devono dotarsi di Collegi giudicanti, composti da un misto di giornalisti ed ex magistrati o giuristi. Le loro decisioni dovrebbero essere pubblicate sul sito dell'Ordine dei Giornalisti.

¹⁰ Luigi Einaudi, *Albi di giornalisti* [1945], ora in *Giornali e giornalisti*, Firenze, 1974.

b) Obbligo, per ogni pubblicazione di un certo rilievo, di dotarsi di uno Statuto che detti le regole di comportamento interno e i rapporti con i lettori. Questo Statuto dovrebbe poi essere reso pubblico e ogni sua violazione sollevata in giudizio da parte del redattore e del lettore.

c) Ugualmente, anche in permanenza dell'Ordine così com'è oggi, sarebbe un segno deontologicamente significativo la trasformazione dell'attuale bipartizione tra giornalisti professionisti e giornalisti pubblicisti in una tripartizione che comprenda anche i giornalisti comunicatori. I quali svolgono una funzione decisiva nella comunicazione, ma su un fronte specifico, sovente con interessi differenti e anche opposti a quelli del giornalismo informativo. Si deve tenere pure presente che ormai la figura dei pubblicisti è del tutto snaturata. Oggi è formalmente obbligatoria la contemporanea esistenza di un effettivo lavoro estraneo al mondo della comunicazione, ma la bulimia di potere di molti burocrati del sindacato giornalistico ha fatto crescere a dismisura il numero dei pubblicisti, violando lo spirito e la lettera della regola.

d) Di norma nei giornali dovrebbero essere assunti giornalisti professionisti e negli uffici stampa giornalisti comunicatori, ma oggi la distinzione tra le due carriere non viene tenuta in alcun conto, con grave danno per entrambe le categorie e una penalizzazione irrimediabile della correttezza dell'informazione.

e) Incompatibilità assoluta tra il lavoro presso la redazione di una testata giornalistica e qualsivoglia altro impegno professionale, anche non formalizzato.

f) Dichiarazione pubblica sottoscritta all'atto dell'assunzione e ripetuta periodicamente, contenente l'elenco delle associazioni politiche, parapolitiche o comunque inerenti alla sfera degli interessi giornalistici, a cui il giornalista aderisce.

g) Effettiva applicazione di tutta la disciplina del sistema dell'informazione, a partire dall'art. 21 della Costituzione (anch'esso non osservato). Torniamo al codice civile e al codice penale. Non c'è nulla di peggio d'una norma non fatta valere e caduta silenziosamente nel dimenticatoio della desuetudine. Analogamente sono inutili tutte le "grida" deontologiche sprovviste di sanzioni vere.

h) Introduzione di queste regole nel Contratto nazionale di lavoro giornalistico. Si conosce bene l'interesse degli editori ad avere dei dipendenti "ricattabili" e quindi predisposti al servilismo; per questo è necessaria un'assunzione di responsabilità collettiva sulla deontologia.

i) Eliminazione delle incongruenze più visibili della "normativa rinnegante". Il caso più grave è la contraddizione limitativa del segreto professionale per i giornalisti: l'art. 200 del codice penale, inerente il segreto professionale, con una mano estende questo diritto ai giornalisti e con l'altra glielo toglie.

I DIRITTI DEI LETTORI

Il lettore, lo spettatore, l'ascoltatore radiotelevisivo e l'utente *web*¹ appaiono ovunque protagonisti dell'informazione. Sono censiti, contati, persino vezzeggiati, ma in realtà sono ridotti a oggetti inconsapevoli, a massa indistinta di consumatori indifesi. Non sono titolari di alcun diritto. Il pubblico-lettore si difende come può e arretra: abbandona progressivamente gli strumenti più "difficili" e sottostà, come abbiamo detto, a quelli più "facili". Va sempre meno in edicola e giace di fronte alla TV, assimilando improbabili *fiction* e inattendibili *news*, per poi rifugiarsi nella rete, dove rischia d'essere travolto da una mole indefinita e non selezionata di informazioni vere e false.

Se i cittadini non hanno strumenti corretti e plurimi per farsi un'idea appropriata dei temi politici correnti, sarà sempre più illusoria la maturazione di una "società civile" in grado di svolgere costantemente una verifica e una valutazione dell'operato del governo e delle forze politiche.

Molto si è discusso e affermato sul "diritto d'informare" (purtroppo con risultati ancora non soddisfacenti), molto meno sul "*diritto a essere informati*". Spesso questi sono visti come diritti configgenti, e in questo conflitto ha sempre preso il sopravvento il primo sul secondo. La libertà d'informazione e il "diritto a essere informati" sono, al contrario, due valori

¹ D'ora in avanti chiamati sinteticamente "lettori".

differenti ma complementari, guai a metterli in concorrenza. Vanno garantiti entrambi. Non esiste l'uno senza l'altro. Certamente il “diritto a essere informati” è tra le condizioni indispensabili per una democrazia non finta. Pertanto, piuttosto che combattersi, “il diritto di cronaca” e “il diritto a essere informati” si devono compenetrare e devono prendere coscienza che non c'è l'uno senza l'altro.

Per questo va fondato pressoché dal nulla il diritto dei lettori, i quali sono senza difese sia in quanto cittadini (non viene garantita loro, dell'informazione, né la pluralità né l'indipendenza) sia in quanto consumatori. Già, perché quando si vuole far intendere all'industria editoriale che l'informazione è un prodotto particolare, che va particolarmente garantito, ci viene sempre ricordato che l'informazione ha una forte componente di merce. Ma contemporaneamente, mentre i fruitori di altre merci negli ultimi decenni hanno strappato alcuni diritti, i lettori non sono neppure presi in considerazione come tali. Eppure, come già detto, in qualità di compratori di una merce, essi sono “consumatori” e dovrebbero quindi acquisire diritti analoghi agli acquirenti di un qualunque bene di consumo: trasparenza, non commistione di interessi, non inquinamento del mercato. Non è disutile ricordare, altresì, che il lettore ha diritto alla correttezza, ma non potrà mai pretendere ciò che non esiste, cioè la “Verità”. Ogni lettore, per garantirsi la maggiore possibilità di farsi un'opinione non faziosa, dovrebbe cercare di informarsi presso diverse e contrapposte fonti. Anche un singolo giornale dovrebbe intelligentemente fornire un “diverso parere”.

Lo Statuto dei diritti dei lettori si fonda sul principio che il lettore-consumatore deve essere considerato uno dei *protagonisti necessari* del processo informativo.

C'è quindi una "libertà positiva" che però non viene assicurata. La Costituzione non se l'è dimenticata, e l'art. 3, pur nella sua generalità, risponde bene allo scopo. È quello che sancisce il compito della Repubblica di rimuovere gli ostacoli di ordine economico e sociale che, limitando di fatto la libertà e l'uguaglianza dei cittadini, impediscono il pieno sviluppo della personalità umana. Da qui nasce il dovere del legislatore di operare per garantire effettivamente a tutti la possibilità concreta di esprimersi liberamente e di essere informati.

Sul diritto di ricevere informazioni e sul rapporto giornalista-lettore innumerevoli dichiarazioni sono espresse in sedi nazionali e internazionali,² ma occorre uscire dalla genericità

² Vedi la *Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo*, 10 dicembre 1948, Assemblea delle Nazioni Unite, art. 19: «Ogni individuo ha diritto alla libertà di opinione e di espressione incluso il diritto [...] di cercare, ricevere e diffondere informazioni e idee». Il *Patto internazionale di New York sui diritti civili e politici*, 19 dicembre 1966, (ratificato con la Legge n. 881, 25 ottobre 1977), art. 19: «Ogni individuo ha il diritto alla libertà di espressione; tale diritto comprende la libertà di cercare, ricevere e diffondere informazioni e idee di ogni genere». La *Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea*, Consiglio Europeo di Nizza, 7-9 dicembre 2000, art. 11 (Libertà di espressione e d'informazione): «1. Ogni individuo ha diritto alla libertà di espressione. Tale diritto include la libertà di opinione e la libertà di ricevere o di comunicare informazioni o idee». Il *Consiglio d'Europa*, Risoluzione dell'assemblea n. 1003 del 1° luglio 1993 relativa all'etica del giornalismo: «7. I mezzi di comunicazione sociale adempiono a una funzione di "mediazione" e di prestazione del servizio di informazione, e i diritti che essi esercitano in relazione alla libertà dell'informazione esistono in funzione dei destinatari, ossia dei cittadini. [...] 11. Le imprese di informazione devono essere considerate come imprese socio-economiche speciali, i cui obiettivi imprenditoriali saranno limitati dalle condizioni intese a rendere possibile l'esercizio di un diritto

e dall'astratta petizione dei principi per definire e rendere cogenti i diritti dei lettori.

Il primo passo è quello di pretendere il rispetto integrale dell'attuale legislazione sulla stampa, dei codici deontologici e, là dove esistano, degli statuti delle singole pubblicazioni, che spesso sono inosservati, inapplicati o sfacciatamente violati. Di conseguenza, è urgente richiamare al proprio dovere gli organismi preposti a far osservare i diritti già acquisiti dai lettori, sanzionando le irregolarità e i soprusi in atto.

Lo Statuto dei lettori è sottoscritto dalle parti, cioè dagli organismi sindacali dei giornalisti e degli editori, dall'Ordine dei

fondamentale. [...]15. Né gli editori, né i proprietari, né i giornalisti devono ritenere che l'informazione appartenga loro. Nell'impresa che abbia vocazione alla informazione, questa non deve essere come una merce ma come un diritto fondamentale dei cittadini. Conseguentemente, né la qualità delle informazioni o delle opinioni, né il significato di queste devono essere sfruttati allo scopo di aumentare il numero dei lettori o l'audience, e in linea di consequenzialità le entrate pubblicitarie. 16. Ogni informazione conforme agli imperativi etici richiede che i suoi destinatari siano considerati quali persone e non come massa». *Carta dei doveri del giornalista*, 8 luglio 1993, FNSI e Ordine Nazionale dei Giornalisti). Premessa: «Il rapporto di fiducia tra gli organi d'informazione e i cittadini è la base del lavoro di ogni giornalista». Principi: «Il giornalista deve rispettare, coltivare e difendere il diritto all'informazione di tutti i cittadini; per questo ricerca e diffonde ogni notizia o informazione che ritenga di pubblico interesse, nel rispetto della verità e con la maggiore accuratezza possibile. [...] La responsabilità del giornalista verso i cittadini prevale sempre nei confronti di qualsiasi altra. Il giornalista non può mai subordinarla ad interessi di altri e particolarmente a quelli dell'editore, del governo o di altri organismi dello Stato». Doveri: «Il giornalista è responsabile del proprio lavoro verso i cittadini e deve favorire il loro dialogo con gli organi d'informazione».

Giornalisti e dalle associazioni dei consumatori. Lo Stato può rafforzarlo vincolando ogni forma di finanziamento pubblico alla sua accettazione e applicazione.

Ma prima di arrivare a questo risultato ultimo, gli editori e i giornalisti dovrebbero riconoscerne il valore, anche commerciale, sul mercato in sofferenza anche per le singole testate e non aspettare né la Politica né la burocrazia sindacale per avviare *motu proprio* questa piccola rivoluzione.

UNA POLITICA RIFORMATRICE

Occorre persistere nel metodo liberale delle riforme. Cercare di erodere alla realtà un millimetro per volta, anche solo un millimetro, ma che sia nella direzione giusta. Non abbiamo contro solo i conservatori, ma anche i demagoghi, i retori, coloro che prescindono assolutamente dai risultati, ma mirano ai vantaggi spettacolari per la propria setta o la propria persona.

Perché non resuscitare, per la Terza Repubblica, una metodologia e una politica liberale? Perché non apprendiamo dai risultati catastrofici realizzati da un regime corruttore e dall'improvvisazione di demagoghi ignoranti? Torniamo al conflitto sulle idee e sulle proposte concrete, senza dare eccessiva rilevanza alle passioni passeggere dei cittadini. Smettiamola di pensare ai cittadini come popolo bue da cui farsi baciare le mani.

Le lezioni dei maestri non mancano: l'antieconomicismo di Croce, l'anima azionista di Lombardi, il concretismo di un Salvemini o di un Einaudi. Crediamo alla possibilità di modificare, di migliorare, di riformare, ma davvero. Siamo per un impegno riformatore, non per il riformismo di facciata,

non per le controriforme. Purtroppo molti contribuiscono a una retorica che porta la stessa parola “riforma” alla discarica delle parole ridotte a macerie. Soprattutto se viene mascherata e ridicolizzata in lingua straniera. Nessuno accompagna la parola “riforma” con le risposte a poche, ma essenziali domande: quale riforma? Realizzata da chi? In che direzione? Che avvantaggia chi?

Certo la via parlamentare e di governo, con l’attuale classe politica è difficilmente percorribile. Accantonata la via legislativa, non ci restano che i protocolli tra le parti, il ricorso alla magistratura per far rispettare almeno le leggi esistenti, il *motu proprio* di alcuni illuminati che sanno riconoscere in anticipo i propri veri interessi.

Non è quindi che non resti nulla da fare. Prima di tutto discutere, porre degli obiettivi, cercare di inserire nell’agenda politica questioni fondamentali di cui nessuno parla, esigere il rispetto delle regole esistenti, sensibilizzare l’opinione pubblica, agire sui costumi, mobilitare la società civile, aprirsi all’Europa, smascherare il “nuovismo” identico alle più decrepite consuetudini della politica politicante, adoperarsi per una stagione politica meno nauseabonda e priva di prospettive dell’attuale. Soprattutto abituare noi stessi alla concretezza di poche cose, ma nella direzione giusta.

LA NECESSITÀ DI UNO STATUTO

Da queste convinzioni nasce la proposta dell’applicazione di uno *Statuto dei lettori*.

Il nostro primo obiettivo è di portarla alla discussione, di far capire l’importanza strategica del tema “diritto dei lettori” per

una risalita della qualità della comunicazione e – perché no? – delle vendite. Far accettare lo stretto collegamento, per noi ovvio, ma che ancora non appare a tutti scontato, tra il diritto a essere informati e una democrazia effettiva. Vogliamo imporre il tema e *far riconoscere che i protagonisti del processo informativo non sono solo due (editori e giornalisti), ma tre. Essenziale è il lettore.*

Tutti si accapigliano sulle questioni della libertà d'informazione, tutti sono sensibili alla libertà d'informare, ed è giusto; ma nessuno, né in Italia né altrove, si pone davvero il problema dei diritti dei lettori. Le legislazioni sono carenti e le poche garanzie esistenti sono completamente disattese. Allora il primo passo è: ritorniamo alle regole. E introduciamone alcune altre sostanziali.

È esemplare la figura del consumatore che compra una qualunque bevanda e ha acquisito, dopo decine di anni di battaglie, alcuni diritti. Non tantissimi, ma alcuni e importanti sì. Ha la possibilità di conoscere il contenuto, gli ingredienti e la scadenza del prodotto. Ecco, non si riesce a capire per quale motivo il consumatore-lettore, che versa comunque i suoi euro al venditore, non debba avere alcun diritto: sa poco o nulla della composizione proprietaria; non conosce la tiratura o la vendita, figuriamoci l'entità del finanziamento pubblico; deve rimanere all'oscuro dei rapporti tra il recensore e la casa editrice, o l'autore, del libro che recensisce; guai a sapere se il notaio politico è iscritto alla massoneria o a qualche partito, o se il commentatore economico o politico è stato fino a qualche mese prima addetto stampa di un ministero o addirittura di palazzo Chigi o portavoce di un dirigente politico; se il critico famoso pubblica recensioni solo di libri del suo editore; non può protestare se si accorge dell'inquinamento pubblicitario in un articolo, ecc. Se non gli sta bene, non compri il giornale...

Nessuno si pone il “suo” problema. Nessuna “Associazione di difesa del consumatore” ha mai affrontato la questione. Nessuna legge lo protegge.

Forse adesso si capisce meglio che, in questo campo, un millimetro vale una rivoluzione.

MA QUALI DIRITTI?

Noi abbiamo individuato sei diritti:

1. Diritto a un'informazione liberata;
2. Diritto alla trasparenza;
3. Diritto a essere garantiti;
4. Diritto di intervento;
5. Diritto a un'informazione corretta;
6. Diritto alla tutela contro la frode pubblicitaria.

Le proposte che avanziamo possono essere giudicate molto radicali, ma non è così, sono il minimo indispensabile affinché la riforma sia effettiva e non solo formale. Esse si fondano tutte sulla necessità di introdurre delle regole precise e sulla necessità di farle osservare.

Quasi tutti questi diritti possono essere garantiti senza un intervento legislativo. Anche se questo non guasterebbe. Ma è sufficiente un accordo tra l'editore, il direttore, il corpo redazionale e il “lettore” assunto a parte in causa.

All'inizio introduciamo il concetto di “*informazione liberata*”. Non sprechiamo troppe parole sulla libertà d'informazione. Basta applicare realmente l'articolo 21 della Costituzione. Per quanto riguarda i giornali, dal 1948 a oggi, ci

siamo infognati nella discussione: autorizzazione piuttosto che registrazione.³ Ma, nell'era di internet, *monstrum* imprevedibile,

³ Il testo dell'art. 21 della Costituzione è preciso: «*Tutti* hanno diritto di manifestare liberamente il proprio pensiero con la parola, lo scritto e ogni altro mezzo di diffusione. La stampa non può essere soggetta ad autorizzazioni o censure». Passano solo 39 giorni e nella nuova Legge sulla stampa, 8 febbraio 1948, il “*tutti*” costituzionale trova una solenne smentita nell'art. 3 «(*Direttore responsabile*) Ogni giornale o altro periodico deve avere un direttore responsabile». «Il direttore responsabile deve essere cittadino italiano e *possedere gli altri requisiti per l'iscrizione nelle liste elettorali politiche*». Ancor più lesivo del dettato costituzionale appare *L'ordinamento della professione di giornalista* (Legge 3 febbraio 1963, n. 69) che prescrive, al *Titolo II dell'albo professionale. Capo III dell'esercizio della professione di giornalista*, art. 45: «Nessuno può assumere il titolo né esercitare la professione di giornalista, se non è iscritto nell'albo professionale. La violazione di tale disposizione è punita a norma degli artt. 348 e 498 del cod. pen., ove il fatto non costituisca un reato più grave». Art. 46, relativo alla direzione dei giornali: «Il direttore ed il vicedirettore responsabile di un giornale quotidiano o di un periodico o agenzia di stampa, di cui al primo comma dell'art. 34 devono essere iscritti nell'elenco dei giornalisti professionisti salvo quanto stabilito nel successivo art. 47». La Corte costituzionale, con sentenza 2-10 luglio 1968 n. 98 ha dichiarato la illegittimità costituzionale del presente comma, limitatamente alla parte in cui esclude che il direttore ed il vicedirettore responsabile di un giornale quotidiano o di un periodico o agenzia di stampa di cui al primo comma dell'art. 34 possa essere iscritto nell'elenco dei pubblicisti: «Per le altre pubblicazioni periodiche ed agenzie di stampa, il direttore ed il vicedirettore responsabile possono essere iscritti nell'elenco dei professionisti oppure in quello dei pubblicisti, salvo la disposizione dell'art. 28 per le riviste a carattere tecnico, professionale o scientifico». Ancora, la stessa Legge sulla stampa del '48, all'art. 5 «(*Registrazione*) Nessun giornale o periodico può essere pubblicato se non sia stato *registrato* presso la cancelleria del tribunale, nella cui

virtuale e delocalizzato, che senso ha pretendere di porre paletti in un fiume in piena? Ci vogliamo impiccare sulla distinzione tra informazione e comunicazione? Ma esiste? Riconosciamo dunque a tutti la possibilità di esprimersi, di informare e nello stesso tempo d'essere informati, leggiamo l'articolo 21 sotto questa ottica, diamo la possibilità a tutti di aprire siti e *blog* senza essere iscritti a ordini, registrati ad albi o albi speciali. Basterebbe una semplice comunicazione all'AGCOM, responsabile dell'elenco delle pubblicazioni che si qualificano giornalistiche, per evitare le duplicazioni delle testate.

Rispettare le regole. Ma davvero.

Quando prendiamo in mano certe grida manzoniane, scritte durante gli anni del bizantinismo della nomenclatura sindacale giornalistica, ci viene quasi da ridere. Io ve ne leggo una che è impressionante. Dalla *Carta dell'informazione e della programmazione a garanzia degli utenti e degli operatori del Servizio pubblico radiotelevisivo*: «I giornalisti della RAI [...] non possono svolgere attività di editorialisti o commentatori politici in quotidiani o periodici». La logica vuole che valga anche il viceversa. Si può accettare o meno il principio per cui un singolo giornalista non accenti su di sé potere “televisivo” e “cartaceo”, in linea con l'analoga norma che dovrebbe imporre il divieto di affastellare in una sola mano più reti televisive e giornali stampati. Ma se

circoscrizione la pubblicazione deve effettuarsi». Si apre così una diatriba, ancora non risolta, nella distinzione da azzecagarbugli tra le espressioni “autorizzazione” e “registrazione”. Ha perfettamente ragione lo storico del diritto Italo Mereu: la vera norma fondante del rapporto tra libertà di stampa e le nostre istituzioni si trova nel *Proclama costituzionale* del febbraio 1848, che anticipò lo *Statuto albertino*. Il suo art. 11, davvero sfacciato, recita: «La stampa sarà libera, ma soggetta a leggi repressive».

esiste (ancora?) questa norma deontologica, perché giornalisti televisivi sono anche editorialisti sui quotidiani, e perché direttori o vicedirettori di quotidiani o periodici affollano con propri programmi e comparsate quotidiane la TV?

Passiamo poi all'esempio più clamoroso di inosservanza della legge. Quanti hanno qualcosa da rettificare sanno che si devono appellare alla formula ormai classica "a norma dell'articolo 8 della legge sulla stampa" del '48. L'istituto della rettifica è regolamentato.⁴ Sono decenni che *nessun direttore di nessun giornale* italiano pubblica le rettifiche secondo le indicazioni precise fornite dalla legge. Senza che alcuno protesti.

Non posso dilungarmi su tutte le proposte, ma le potete leggere direttamente nello Statuto, sono sintetiche e chiare.

⁴ La Legge è chiara, art. 8: «(*Risposte e rettifiche*) Il direttore o, comunque, il responsabile è tenuto a fare inserire gratuitamente nel quotidiano o nel periodico o nell'agenzia di stampa le dichiarazioni o le rettifiche dei soggetti di cui siano state pubblicate immagini od ai quali siano stati attribuiti atti o pensieri o affermazioni da essi ritenuti lesivi della loro dignità o contrari a verità, purché le dichiarazioni o le rettifiche non abbiano contenuto suscettibile di incriminazione penale. Per i quotidiani, le dichiarazioni o le rettifiche di cui al comma precedente sono pubblicate, non oltre due giorni da quello in cui è avvenuta la richiesta, in testa di pagina e collocate nella stessa pagina del giornale che ha riportato la notizia cui si riferiscono. Per i periodici, le dichiarazioni o le rettifiche sono pubblicate, non oltre il secondo numero successivo alla settimana in cui è pervenuta la richiesta, nella stessa pagina che ha riportato la notizia cui si riferisce». Le rettifiche o dichiarazioni devono fare riferimento allo scritto che le ha determinate e devono essere pubblicate nella loro interezza, purché contenute entro il limite di trenta righe, con le medesime caratteristiche tipografiche, per la parte che si riferisce direttamente alle affermazioni contestate.

Cito per esempio il *diritto alla trasparenza*, che è fondamentale. Nel *colophon* dovrebbe essere riportato l'assetto proprietario. I lettori dovrebbero infatti conoscere i propri diritti e i doveri dei giornalisti. Quanti conoscono il codice deontologico dei giornalisti italiani? Non lo padroneggiano neppure loro stessi.

Il diritto di rettifica non è una novità, basta farlo confermare e farlo applicare. Ma dobbiamo affermare il *diritto di replica*. Lo so che pone molti problemi e non può essere obbligatorio, ma il dialogo tra il giornale e il proprio lettore è necessario e utile a tutti, a cominciare dal giornale stesso. L'intenzione è quella di porre al lettore non posizioni dogmatiche, ma lasciare spazio alla contraddizione intelligente e non faziosa. Nel momento in cui il concorrente primo della carta stampata è uno strumento che si fonda sulla interazione, è oltremodo sciocco che il giornale stampato rifiuti forme di interattività.

Nel nostro Statuto è affrontato il tema essenziale delle *incompatibilità*. Si auspica fortemente la distinzione, nell'albo dei giornalisti, della categoria dei comunicatori dalla categoria dei giornalisti che lavorano nelle redazioni dei giornali. Noi assistiamo a casi veramente assurdi. Abbiamo giornalisti del "Corriere della Sera" che "si mettono in sabbatico" e vanno a fare gli addetti stampa del presidente del Senato, per poi tornare tranquillamente al giornale d'origine e scrivere interviste in ginocchio all'ex presidente del Senato.

Questi comportamenti anomali sono alla base della costituzione dei feudi all'interno del giornale. Si apre così una questione primaria, dato che stiamo assistendo a una vera e propria rivoluzione dell'organizzazione effettiva del giornale. Il direttore, se ha soltanto il potere che gli deriva dall'editore, conta sempre meno, perché troppo spesso il "quadro intermedio" si crea un suo potere autonomo, proveniente dal rapporto

privilegiato che riesce a costruirsi, grazie a connivenze e favori, o con il mondo politico o con il mondo economico o con il mondo sportivo o con il mondo giudiziario, ecc.

Dobbiamo spezzare il malvezzo del cumulo degli incarichi non solo perché davvero lesivo della correttezza dell'informazione, ma anche perché sottrae posti di lavoro. Ci sono giornalisti parlamentari che hanno il loro contratto regolare con un'agenzia stampa, ma poi accumulano molti altri stipendi perché contemporaneamente svolgono attività di ufficio stampa o di pubbliche relazioni di singoli parlamentari o di presidenti di commissioni o di capigruppo. Tolgono lavoro ad altri giornalisti e strumentalizzano, pervertendola, l'informazione del loro lavoro primario.

L'ultima questione è la più tosta: *la tutela contro la frode pubblicitaria*. In questo settore le regole sono ferree: impongono la separazione totale tra prodotto giornalistico e pubblicità. Ma sono perennemente violate. Ricordo un articolo del mio primo direttore, Piero Ottone, che già quaranta anni fa additava nella pubblicità il vero cancro dei giornali. Purtroppo anche qui si è regrediti da una prima ad una seconda fase, ben peggiore.

Anni fa, durante il convegno di presentazione della Società Pannunzio per la libertà di informazione, abbiamo ascoltato la relazione di Amelia Beltramini che riportava casi agghiaccianti di commistione nei periodici sulla salute. Da decenni i periodici femminili, i mensili di moda, i mensili sui motori, i mensili della sanità e molti altri, non sono altro che la pubblicazione appena camuffata di cataloghi dell'industria farmaceutica, delle case di moda, degli uffici turistici e così via. Che, paradossalmente, vengono fatti pure pagare dal lettore.

Di fatto, essendo stata depenalizzata questa truffa, ora si è bellamente passati alla fase attuale, in cui è stata completata

la sottomissione dell'informazione nei confronti dell'invasione illegittima della pubblicità occulta (ma mica tanto) anche nei quotidiani che pretendono d'essere autorevoli, ma che si giocano ogni autorevolezza per una manciata di quattrini. Sono state inventate nuove figure professionali, gli “*ambassador*”, che non sono altro che personaggi-veicoli attraverso cui si trasmette la pubblicità occulta in articoli-interviste, in grado di indispettire il lettore o di farlo sorridere, talmente è sfacciato l'imbroglio.⁵

⁵ Si riporta la gara a chi fa la “marchetta” più sguaiata tra “la Repubblica” di Verdelli e il “Corriere della Sera” di Fontana. Su “la Repubblica” il titolo: «La grande corsa ai biscotti alla xxxxxxxx. Venduti già 57 milioni». «Confezioni introvabili nei supermarket. Il 37% degli acquisti nel Nordovest. Nelle prime tre settimane di vendita il fatturato del biscotto alla xxxxxxxx (che viene venduto in media a 3 euro alla confezione) è già arrivato a 8 milioni di euro. [Quanti spesi in pubblicità redazionali? *ndr*]». Articolo di Paolo Griseri, 27 novembre 2019. Ma il “Corriere della Sera” non accetta d'essere da meno e pubblica sul suo inserto “Economia” la stessa foto che correda la “marchetta” analoga, ma il suo titolo è più intrigante: «Tutti pazzi per i biscotti alla xxxxxxxx, perché sono introvabili sugli scaffali dei supermarket?», articolo firmato, il 27 novembre 2019, da Alice Scaglioni e che ha un *incipit* stendhaliano: «Si potrebbero forse contare sulle dita di una mano quelli che non hanno ancora assaggiato almeno un xxxxxxxx». Non vorremmo scrivere che presto forse si conteranno sulle dita di una mano i giornalisti non marchettari. La “marchetta” più sfacciata e divertente la racconta però www.professionereporter.eu: «La grande sciatrice statunitense Mikaela Shrifin, due titoli olimpici e cinque iridati, intervista il grande tennista Roger Federer “per conto di un gruppo selezionato di giornalisti internazionali”. Per l'Italia c'è la “Gazzetta dello Sport”, giornale principe degli specializzati sportivi. La formula è già strana. I giornalisti hanno bisogno della Shrifin per fare domande ed essere pronti a ribattere

Questa truffa si è data anche una “filosofia” e viene teorizzata. Il concetto di “pubblicità nativa”⁶ mira proprio a superare il vecchio concetto di pubblicità e a confondersi totalmente, anche nella forma e nella scrittura, con i contenuti redazionali, affinché il lettore non riesca ad accorgersi dell’inquinamento. È pubblicità che si camuffa da giornalismo. Dopo chiacchiere

(visto che trattiamo di Federer) alle risposte? Ma quel che conta viene dichiarato subito nelle prime righe del pezzo uscito a tutta pagina il 19 settembre 2019 con il sopratitolo prestigioso “l’altra copertina”: l’iniziativa di questa “operazione” è la xxxxxxxx, “sponsor italiano che i due numeri uno hanno in comune, oltre all’amore per la pasta”, ci informa il collega della Gazzetta che mette la firma sul tutto, Pier Bergonzi inviato a Ginevra. Ma che pasticcio è? Un grande pasticcio, visto che lei, Mikaela Shrifin, fotografata a fronte di Federer, nella villa di lui con vista spettacolare sul lago, nel corso dell’intervista mostra una cartellina (contiene le domande?) con il logo xxxxxxxx. Le domande per la verità non appaiono particolarmente tecniche o ficcanti. Eccone alcune: L’ultima volta che ha pianto? La sua domenica ideale? Legge le storie ai suoi bambini prima di dormire? Si è mai ubriacato? Un regalo che le piacerebbe ricevere?». Ma tutto serve per arrivare al punto: «Clamorosa, poi, questa: “Riso o pasta?», azzarda la Shrifin (che quando smetterà di sciare ha già un mestiere di riserva pronto). E Federer, senza esitare: “Pasta, xxxxxxxx naturalmente. Amo gli spaghetti pomodoro e basilico. Sono un classico. Ma anche la carbonara, magari non tutti i i giorni”. Pasta xxxxxxxx, proprio come quella che Federer pubblicizza assieme al cuoco Davide Oldani, in uno spot stravisto».

⁶ “*Native advertising*”, un’espressione che serve per mascherare un po’ di più quello che dovrebbe essere un vero e proprio reato, una variazione specifica della truffa, ossia una forma di pubblicità a pagamento sulla rete. Per generare interesse negli utenti, assume l’aspetto dei contenuti del sito sul quale è ospitata. L’obiettivo è riprodurre l’esperienza-utente del contesto in cui è posizionata sia nell’aspetto sia nel contenuto.

di interi decenni questo problema va affrontato con provvedimenti drastici. Ci si trova di fronte a un vero reato di frode. Perché, se esiste la fattispecie della pubblicità ingannevole, quale pubblicità è più ingannevole di un articolo firmato da un giornalista che incorpora una velina di un ufficio stampa o direttamente un messaggio pubblicitario? Il lettore è convinto che quella sia l'opinione o la notizia di un giornalista, mentre invece è solo uno spezzone di un catalogo di moda o la segnalazione acritica di un prodotto. In molti si accanirono contro un poveretto di giornalista, il quale aveva osato scrivere che il Papa aveva firmato un suo documento con una penna xxxxxxxxxx, vedendo la pagliuzza nell'occhio del semplice redattore, ma facendo finta di non accorgersi della trave che condiziona tutta l'informazione italiana. La "pubblicità nativa" sta dilagando e la responsabilità è tutta dei giornalisti. Per stroncarlo e difendere i lettori basterebbero due o tre sospensioni, per un anno, dei direttori che ospitano questo tipo di pubblicità e dei redattori che si adattano a mettere la loro firma su queste truffe. Tutto qui.

LO STATUTO DEI LETTORI¹

Lo Statuto dei lettori dovrebbe essere sottoscritto dalle parti, cioè dagli organismi sindacali dei giornalisti e degli editori, dall'Ordine dei Giornalisti e dalle associazioni dei consumatori. Oppure può essere accolto motu proprio da singoli editori o da singole testate. Lo Stato può rafforzarlo vincolando ogni forma di finanziamento pubblico alla sua accettazione e applicazione.

1) IL DIRITTO A UN'INFORMAZIONE LIBERATA

Il lettore ha il diritto al pieno rispetto della Costituzione. A tutti i cittadini sono permesse la fondazione e la direzione di un qualunque organo d'espressione del pensiero, senza alcun bisogno né di particolari qualifiche personali, né di registrazione, né di autorizzazioni della testata giornalistica (in qualunque modo sia diffusa) (a).

2) IL DIRITTO ALLA TRASPARENZA

Il lettore ha diritto di conoscere (anche su un vettore diverso, ma collegato al prodotto giornalistico che acquista)

¹ Le note di documentazione e di indirizzo, segnate con le lettere, sono pubblicate alla fine di questa sezione.

l'esatta e aggiornata composizione dell'assetto proprietario, l'ammontare della raccolta pubblicitaria, l'elenco dei principali inserzionisti pubblicitari e degli azionisti di controllo, gli eventuali patti di sindacato, i possessi collaterali dei partecipanti al patto, i bilanci societari.

Ugualmente devono essere pubblicati lo Statuto d'impresa e lo Statuto interno, il testo integrale dei Patti intercorsi tra editore e direttore, le norme deontologiche che regolano la professione giornalistica.

Obbligatoria è la pubblicazione, nel *colophon*, della composizione del Consiglio di amministrazione, della tiratura, dell'eventuale quotazione in borsa, della percentuale massima stabilita tra pubblicità e testi.

Periodicamente, i lettori devono essere informati delle variazioni delle vendite.

Obbligatorio è accompagnare la pubblicazione di articoli anonimi o di collaboratori con l'indicazione delle fonti giornalistiche (d) e delle qualifiche dei collaboratori, soprattutto se ricoprono incarichi pubblici o di rilevanza pubblica.

Obbligatoria è la pubblicazione (anche su un vettore diverso, ma collegato al prodotto giornalistico che acquista) dell'elenco della organizzazione gerarchica della pubblicazione, con un breve *curriculum* di tutti i giornalisti (data di nascita, anni di attività professionale, cronistoria dell'attività giornalistica, eventuali vicende giudiziarie e delibere deontologiche a carico, l'appartenenza, anche passata, ad associazioni e partiti, incarichi politici e istituzionali ricoperti, nonché eventuali impieghi in ruoli pubblici o di rilevanza pubblica).

3) IL DIRITTO A ESSERE GARANTITI

Ogni pubblicazione di una certa importanza ha l'obbligo di dotarsi di un "Garante dei lettori", scelto periodicamente dai lettori stessi (per esempio dagli abbonati) in una rosa di ex-giornalisti della testata che non abbiano alcuna partecipazione nell'assetto proprietario. Il Garante dei lettori è legato da vincoli gerarchici con la struttura del giornale, retribuito e dotato di uno spazio autonomo non sindacabile, in cui ogni settimana possa scrivere il proprio parere sull'informazione offerta e, soprattutto, sulle osservazioni del pubblico.

4) IL DIRITTO AL SEPARATISMO

Ogni impresa editoriale deve dotarsi di uno *Statuto d'impresa* che preveda la separazione tra gestione industriale e gestione giornalistica, affidando quest'ultima a un *Consiglio editoriale* o *Comitato di fiduciari* con l'incarico di designare il direttore e stabilire i patti con lui.

5) IL DIRITTO DI REPLICA

Si deve distinguere tra diritto di rettifica (e), già regolato per legge, di cui si pretende il rispetto letterale (f), e il *diritto di replica* (g). Mentre la rettifica fa riferimento a errori materiali che vanno corretti, il diritto di replica rientra nell'auspicata interrelazione (h) tra lettori e media. Quindi deve essere prevista la pubblicazione di contributi critici, individuali o collettivi,

di quanti abbiano fondato motivo per sentirsi coinvolti dalla pubblicazione di una data notizia o di una data opinione, a condizione che la replica rispetti alcuni requisiti quantitativi (i).

È necessario prevedere, in caso di rifiuto, il ricorso in via giurisdizionale, arbitrale o amministrativa (presso un'Autorità indipendente) per garantire il diritto alla pubblicazione.

6) IL DIRITTO A UN'INFORMAZIONE CORRETTA

Obbligo per ogni media di un certo rilievo di dotarsi di uno Statuto che detti le regole di comportamento interno. Tale Statuto dovrà essere reso pubblico e sia il redattore sia il lettore potranno attivare il procedimento che va dall'iniziale denuncia della violazione all'eventuale irrogazione della sanzione (l).

Incorporazione nel contratto giornalistico di norme deontologiche riguardanti sia i giornalisti sia l'editore (m).

Incompatibilità del cumulo tra lavoro giornalistico e attività in uffici stampa, agenzie di pubblicità, uffici di consulenza e di relazioni pubbliche, anche in maniera informale e occasionale.

Passaggio, nell'albo dell'Ordine dei Giornalisti, dalla bipartizione tra giornalisti professionisti e giornalisti pubblicisti² a una tripartizione che comprenda i giornalisti comunicatori, attuando una distinzione tra le due funzioni, senza la quale ingente è il danno per entrambe le categorie e grave il discapito

² Assolutamente truffaldina e contraddittoria è la formula adoperata dal *Contratto nazionale di lavoro giornalistico*, 2013-2016, art. 36 che comincia con: «Ai pubblicisti che esercitano attività giornalistica in via esclusiva... ».

per la correttezza dell'informazione (n). Incompatibilità assoluta tra il lavoro presso la redazione di una testata giornalistica e qualsivoglia altro impegno professionale, anche non formalizzato (o). Nonché rigorose sanzioni, fino alla radiazione, per chi viola le norme deontologiche che proibiscono l'adesione ad associazioni segrete (p).

I giornalisti, durante un eventuale incarico elettivo in istituzioni ed enti pubblici centrali o periferici, devono sospendersi dall'albo.

7) IL DIRITTO ALLA TUTELA CONTRO LA FRODE PUBBLICITARIA

La commistione tra il messaggio pubblicitario e l'informazione redazionale va considerata come una vera e propria frode (q) e come tale perseguita.

Le Direzioni dei media si devono considerare deontologicamente e giuridicamente responsabili della commistione tra messaggio pubblicitario e informazione. In tal caso, la pubblicità occulta deve essere sanzionata.

Si deve offrire la possibilità agli abbonati di disdire l'abbonamento, con la restituzione del versato, se il lettore ravvisa che nella pubblicazione la pubblicità influenza in modo eccessivo il contenuto.

Qualora, con un articolo, si induca il lettore in errore, attribuendo al prodotto illustrato effetti e proprietà che non possiede, o si sottolinei solo il lato vantaggioso o positivo e non quello svantaggioso o negativo, tale condotta va considerata fraudolenta e, come tale, sanzionata.

NOTE DI DOCUMENTAZIONE E DI INDIRIZZO

(a) Si auspica che lo Stato faccia sua, come indirizzo generale, l'abrogazione della legislazione di favore solo per alcune pubblicazioni e la dismissione di finanziamenti pubblici diretti alle imprese già esistenti sul mercato, o almeno colleghi il finanziamento in quantità inversamente proporzionale ai ricavi pubblicitari e stabilisca la quota massima di pubblicità, collegandola alla foliazione. Ma soprattutto garantisca massicce forme indirette di sostegno generalizzato che consentano l'accesso e la permanenza nel libero mercato, preferibilmente attraverso forme cooperativistiche.

(b) Il diritto alla trasparenza è autorevolmente sancito in molte sedi: Consiglio d'Europa, Risoluzione dell'assemblea n. 1003 del 1° luglio 1993 relativa all'etica del giornalismo:

12. Nelle imprese di informazione, è necessaria una totale trasparenza in materia di proprietà e di gestione dei mezzi di comunicazione sociale, perché i cittadini conoscano chiaramente l'identità dei proprietari e il loro livello di coinvolgimento economico nei mezzi di comunicazione sociale.

La Carta dei doveri dell'informazione economica, 28 marzo 2007:

6. Il giornalista, tanto più se ha responsabilità direttive, deve assicurare un adeguato standard di trasparenza sulla proprietà editoriale del giornale e sull'identità e gli eventuali interessi di cui siano portatori i suoi analisti e commentatori esterni in relazione allo specifico argomento dell'articolo. In particolare va ricordato al lettore chi è l'editore del giornale quando un articolo tratti problemi economici e

finanziari che direttamente lo riguardino o possano in qualche modo favorirlo o danneggiarlo.

Altre norme simili sono state varate dall'Ordine dei Giornalisti nel 2018, art. 5:

Il giornalista rifiuta pagamenti, rimborsi spese, elargizioni, vacanze gratuite, regali, facilitazioni o prebende da privati o enti pubblici che possano condizionare il suo lavoro e la sua autonomia o ledere la sua credibilità e dignità professionale.

E art. 6:

Il giornalista non assume incarichi e responsabilità in contrasto con l'esercizio autonomo della professione, né può prestare nome, voce e immagine per iniziative pubblicitarie incompatibili con la credibilità e autonomia professionale.

(c) *Contratto nazionale di lavoro giornalistico FIEG-FNSI*, art. 6, relativo ai Poteri del direttore:

Le facoltà del direttore sono determinate da accordi da stipularsi tra editore e direttore, tali, in ogni caso, da non risultare in contrasto con le norme sull'ordinamento della professione giornalistica e con quanto stabilito dal presente contratto. Questi accordi, con particolare riguardo alla linea politica, all'organizzazione ed allo sviluppo dei quotidiani, dei periodici, delle agenzie di informazioni per la stampa e delle unità organizzative redazionali sono integralmente comunicati dall'editore al rispettivo corpo redazionale tramite i relativi comitati o fiduciari di redazione, contemporaneamente alla comunicazione della nomina del direttore.

I diritti dei lettori. Una proposta liberale

(d) Il *Contratto nazionale di lavoro* recita, art. 9:

Nel rispetto delle prerogative del direttore i giornali devono normalmente indicare la fonte di provenienza (agenzie di informazioni) degli articoli o servizi pubblicati senza la firma dell'autore.

Fa parte del malcostume giornalistico italiano l'omissione sistematica, nelle pagine culturali, dell'avvertenza che l'eventuale recensione o nota critica fa riferimento a un'opera firmata da un giornalista o da un collaboratore fisso dello stesso giornale o è edita dallo stesso editore del giornale. Quest'ultima manchevolezza viola la norma – sopra già ricordata – dell'art. 6 de *La Carta dei doveri dell'informazione economica*, 2007:

In particolare va ricordato al lettore chi è l'editore del giornale quando un articolo tratti problemi economici e finanziari che direttamente lo riguardino o possano in qualche modo favorirlo o danneggiarlo.

(e) Il diritto di rettifica è sancito in molte sedi, Consiglio d'Europa, Risoluzione dell'assemblea n. 1003 del 1° luglio 1993 relativa all'etica del giornalismo:

26. Su richiesta degli interessati, i mezzi di comunicazione provvederanno alla rettifica automatica e sollecita, nelle opportune forme informative, delle informazioni ed opinioni che si rivelino false o erronee. La legislazione nazionale deve prevedere sanzioni adeguate e, ove necessario, il risarcimento.

Raccomandazione R (2003) 13, 10 luglio 2003 del Comitato dei Ministri del Consiglio d'Europa, dal titolo *Principi*

relativi alle informazioni fornite attraverso i mezzi di comunicazione in rapporto a procedimenti penali. Al principio 9, relativo al Diritto di rettifica o diritto di replica:

Salva la disponibilità di altri strumenti, chiunque sia stato oggetto di notizie inesatte o diffamatorie su mezzi di comunicazione in rapporto a procedimenti penali dovrebbe avere il diritto di rettifica o di replica, secondo i casi, nei confronti dei mezzi di comunicazione interessati. Il diritto di rettifica dovrebbe sussistere anche con riferimento a comunicati stampa contenenti informazioni inesatte che siano stati rilasciati da autorità giudiziarie o di polizia.

La legislazione italiana è precisa, ma totalmente disattesa. Similmente, ne *L'ordinamento della professione di giornalista*, Legge 3 febbraio 1963 n. 69, art. 2, relativo a Diritti e doveri: «Devono essere rettificata le notizie che risultino inesatte, e riparati gli eventuali errori». Il testo è ripreso testualmente nella premessa de *La Carta dei doveri del giornalista*, 8 luglio 1993.

(f) Al tassativo obbligo di rettifica deve corrispondere la forte attenuazione delle conseguenze civili e penali della “diffamazione” per mezzo stampa.

(g) Di tale diritto si fa cenno nel principio 9, Diritto di rettifica o diritto di replica (sopra citato), della Raccomandazione R (2003)13 del Comitato dei ministri del Consiglio d'Europa. Vaghe le formule contenute ne *La Carta dei doveri del giornalista*, 1993: «Il giornalista corregge tempestivamente e accuratamente i suoi errori o le inesattezze, in conformità con il dovere di rettifica nei modi stabiliti dalla legge, e favorisce la possibilità di replica». Oppure: «Il giornalista [...] si impegna

a creare strumenti idonei (garanti dei lettori, pagine per i lettori, spazi per repliche, ecc.) e dando la massima diffusione alla loro attività».

(h) Sempre ne *La Carta dei doveri del giornalista*, 1993, nella sezione Doveri: «Il giornalista è responsabile del proprio lavoro verso i cittadini e deve favorire il loro dialogo con gli organi d'informazione».

(i) Tutto ciò è già previsto dalla Raccomandazione n. 1215, 10 luglio 1993 sull'etica del giornalismo, Consiglio d'Europa, Assemblea n. 1003: «promuovere la creazione di associazioni di utenti dei mezzi di comunicazione sociale». Lo stesso Consiglio d'Europa, nella Risoluzione dell'assemblea n. 1003 del 1° luglio 1993 relativa all'Etica del giornalismo auspica:

38. Gli organismi o i meccanismi di autodisciplina come le associazioni di utenti dei mezzi di comunicazione sociale e i componenti istituti universitari potranno pubblicare annualmente le ricerche effettuate a posteriori sulla veridicità delle informazioni diffuse dai mezzi di comunicazione sociale, rispetto alla realtà dei fatti. In tal modo, si avrà un barometro della credibilità che informerà i cittadini sul valore etico di ogni mezzo di comunicazione sociale o di ogni servizio, o di un giornalista in particolare. I correttivi conseguentemente adottati consentiranno allo stesso tempo di migliorare l'esercizio della professione di giornalista.

(l) Esemplare, nonostante il suo debutto infelice e un'applicazione carente, è il testo del *Codice di autodisciplina dei giornalisti* redatto dal "Il Sole 24 Ore" (1987), che regola i conflitti d'interesse e impone: «la distinzione tra informazione e pubblicità».

I giornalisti:

si impegnano a non inserire negli articoli messaggi pubblicitari e a non accettare remunerazioni che, sotto alcuna forma, possano condizionare la scelta e il contenuto degli articoli. [...] a rifiutare nell'ambito del loro lavoro per sé e per i propri familiari entro il secondo grado, per i coniugi o i partner di fatto e i loro familiari e affini entro il secondo grado qualunque forma di pagamento, omaggio, privilegio, servizio gratuito o a condizioni particolarmente favorevoli del valore indicativo superiore ai 100 euro o che possa comunque danneggiare l'accuratezza, la correttezza e l'indipendenza dell'informazione che elaborano e dei giudizi che esprimono. [...] a rifiutare nell'ambito del loro lavoro offerte di viaggi e sistemazioni alberghiere pagate da enti o aziende per sé e per i propri familiari entro il secondo grado o per i coniugi, i partner di fatto e i loro familiari e affini entro il secondo grado. In casi eccezionali e particolari, solo il giornalista incaricato del servizio può essere beneficiario di queste offerte se autorizzato dal direttore. [...] a restituire gli oggetti ricevuti in prova entro un tempo congruo per valutare il prodotto e comunque non oltre i due mesi. [...] a non occuparsi di società di cui essi o i propri familiari stretti entro il secondo grado, o i coniugi, i partner di fatto e i loro familiari e affini entro il secondo grado detengano azioni o obbligazioni. [...] a non scrivere su convegni e dibattiti a cui partecipano come relatori o moderatori, a meno che l'attività prestata sia a carattere gratuito e sia compatibile con l'accuratezza e l'indipendenza.

I giornalisti s'impegnano altresì:

ad attribuire, ove possibile, ogni informazione rilevante a una fonte identificabile. [...] a trascrivere con rigore le dichiarazioni da

virgolettare sottoponendole alle normali attività redazionali senza alterarne il senso. [...] a riferire con correttezza anche le voci contrarie o lontane dalla linea del giornale nel caso in cui risultino rilevanti.

(m) Si conosce bene l'interesse di molti editori ad avere dei dipendenti "ricattabili" e quindi predisposti al servilismo; per questo è necessaria un'assunzione di responsabilità collettiva sulla deontologia.

(n) Sarebbe un segno deontologicamente significativo e determinante impedire che vi siano giornalisti che facciano su e giù tra il proprio giornale e posti di grande responsabilità nella comunicazione di ministeri e di partiti. Nonché di imprese private. La confusione tra "fonte" e lavoro giornalistico è tra le cause principali della mediocrità dell'attuale prodotto d'informazione e provoca corruzione, dipendenza, certe volte persino superiore ai condizionamenti proprietari o della stessa struttura del media. La *Carta dei doveri del giornalista degli Uffici stampa pubblici* del Gruppo Speciale Uffici Stampa dell'Ordine Nazionale dei Giornalisti, 2002, si rende conto della impossibilità di conciliabilità due ruoli opposti e, con questa confusa formula conciliativa, non trova alcuna soluzione:

In questa funzione, il giornalista deve, in armonia con il dettato legislativo, dividere nettamente il compito degli altri soggetti previsti dalle norme di legge in materia di informazione e comunicazione da quello di operatore dell'Ufficio stampa, evitando situazioni di confusione nelle quali il dovere di informare in maniera obiettiva ed accurata può finire col configurare con le esigenze di una informazione personalistica e subordinata all'immagine.

(o) Per nulla garantista è l'art. 8 del *Contratto nazionale di lavoro giornalistico FIEG-FNSI*, relativo ai Rapporti plurimi:

Nessun giornalista può contrarre più di un rapporto di lavoro regolato dall'art. 1 (rapporto a tempo pieno). Il giornalista quando sia stato assunto per prestare esclusivamente la sua opera ad un'impresa giornalistica o agenzia di informazioni per la stampa, non potrà assumere altri incarichi *senza esserne autorizzato per iscritto dal direttore, d'accordo con l'editore.*

Questo articolo garantisce completamente la proprietà, ma viola il rapporto di fiducia con il lettore e permette ogni tipo di arbitrio. Ancora più violata e aggirata è la norma della *Carta dell'informazione e della programmazione a garanzia degli utenti e degli operatori del Servizio pubblico radiotelevisivo* (dicembre 1995) che afferma:

I giornalisti della RAI, specie quelli che firmano i loro servizi radiotelevisivi, *non possono svolgere l'attività di editorialisti o commentatori politici in quotidiani o periodici*, non possono svolgere funzioni di addetti stampa di organismi pubblici e di organizzazioni politiche, economiche o sindacali. Ciò appare incompatibile con i doveri che il Servizio pubblico impone loro, nuocerebbe alla loro credibilità professionale e sarebbe di danno all'immagine del Servizio pubblico. Il giornalista RAI non potrà avere una collaborazione continuativa in materia radiotelevisiva con quotidiani e periodici. Egli non potrà neppure assumere rapporti di lavoro subordinato o autonomo, nonché incarichi o funzioni anche temporanei – esclusi quelli relativi ad attività didattiche presso Scuole di giornalismo professionali, universitarie o di specializzazione – che possano apparire contrastanti o condizionanti l'esercizio della professione nel Servizio pubblico.

Basti pensare che il più potente conduttore della più seguita trasmissione giornalistica della televisione pubblica da anni firma suoi editoriali, impunemente e sistematicamente, su vari quotidiani e un settimanale, e continua tutt'ora, nonostante esercizi con evidenza attività giornalistica.

(p) «Il giornalista non può aderire ad associazioni segrete o comunque in contrasto con l'articolo 18 della Costituzione». È quanto recita *La Carta dei doveri del giornalista*, ma nessuna norma è stata mai così platealmente violata. È noto come molte carriere giornalistiche, anche ad alti vertici, siano fortemente influenzate proprio dall'appartenenza ad associazioni segrete. Ugualmente vaga e inconcludente, perché assai scarsamente sanzionata, è l'altra norma: «Il giornalista non può accettare privilegi, favori o incarichi che possano condizionare la sua autonomia e la sua credibilità professionale».

(q) Non mancano i divieti, cominciando dal *Contratto nazionale di lavoro* che, all'art. 44, prescrive:

Allo scopo di tutelare il diritto del pubblico a ricevere una corretta informazione, distinta e distinguibile dal messaggio pubblicitario e non lesiva degli interessi dei singoli, i messaggi pubblicitari devono essere chiaramente individuabili come tali e quindi distinti, anche attraverso apposita indicazione, dai testi giornalistici.

Si veda poi il *Decreto Legislativo* del 6 settembre 2005 n. 206, Codice del consumo, a norma dell'articolo 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229. Sulla Trasparenza della pubblicità:

1. La pubblicità deve essere chiaramente riconoscibile come tale.

La pubblicità a mezzo di stampa deve essere distinguibile dalle altre forme di comunicazione al pubblico, con modalità grafiche di evidente percezione.

Nonché il *Protocollo sulla trasparenza pubblicitaria* del 1988 tra il Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti (CNOG), la Federazione Nazionale della Stampa Italiana (FNSI), l'Associazione italiana agenzie di pubblicità a servizio completo (AS-SAP), l'Associazione italiana studi di comunicazione (AISSCOM), l'Associazione agenzie di relazioni pubbliche a servizio completo (ASSOREL), la Federazione Relazioni Pubbliche Italiana (FERPI), l'Associazione italiana delle organizzazioni professionali di tecnica pubblicitaria (OTEP) e l'Associazione italiana di Tecnici Pubblicitari (TP) che sancisce:

Il cittadino è titolare del diritto ad una corretta informazione. Nei confronti del pubblico (lettore-ascoltatore) la responsabilità della correttezza dei messaggi è – ciascuno per la sua parte – delle categorie professionali delle comunicazioni di massa. Primo dovere è di rendere sempre riconoscibile l'emittente del messaggio. Il lettore o lo spettatore dovrà essere sempre in grado di riconoscere quali notizie, servizi od altre attività redazionali sono responsabilità della redazione o di singoli firmatari e quali invece sono direttamente e liberamente espresse da altri. Nel caso di messaggi pubblicitari, dovrà essere riconoscibile al lettore, spettatore o ascoltatore l'identità dell'emittente in favore del quale viene trasmesso il messaggio, che può essere identificato come impresa od ente o anche come singola marca o prodotto o servizio purché chiaramente identificabile o riconoscibile.

Dovrà essere inoltre riconoscibile al mezzo di informazione che ospita la pubblicità (editore, emittente radiotelevisiva o altri) non

solo l'identità di chi per conto del mezzo vende tempo e spazio (concessionaria), ma anche sempre l'identità del committente.

Nel caso delle relazioni pubbliche, dovrà essere nota al giornalista (o altro operatore culturale) che riceve un'informazione non solo l'identità di chi la emette o trasmette (agenzia di relazioni pubbliche o singolo professionista) ma anche quella del committente (impresa, ente o gruppo di opinione) per conto del quale l'informazione viene trasmessa. In ogni caso la "firma" di ciascun messaggio deve essere chiara e trasparente.

Gli articoli elaborati dal giornalista nell'ambito della sua normale attività redazionale non possono essere utilizzati come materiale pubblicitario.

I testi elaborati dai giornalisti collaboratori dipendenti da uffici stampa o di pubbliche relazioni devono essere pubblicati facendo seguire alla firma l'indicazione dell'organizzazione cui l'autore del testo è addetto quando trattino argomenti riferiti all'attività principale dell'interessato. I direttori nell'esercizio dei poteri previsti dall'art. 6, e considerate le peculiarità delle singole testate, sono garanti della correttezza e della qualità dell'informazione anche per quanto attiene il rapporto tra testo e pubblicità. A tal fine i direttori ricevono periodicamente i pareri dei comitati di redazione.

La lettura di questo *Protocollo*, totalmente inosservato e persino comico, è utile perché contiene l'elenco di tutti i responsabili della commistione tra informazione e pubblicità. Ci possiamo aggiungere anche l'UPA, Utenti Pubblicità Associati, che fu tra i promotori dell'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria.

La *Carta dei doveri del giornalista*, 1993 assicura che: «I cittadini hanno il diritto di ricevere un'informazione corretta, sempre distinta dal messaggio pubblicitario e non lesiva degli interessi

dei singoli». Anche il *Decreto Legislativo* del 31 luglio 2005 n. 177, testo unico della radiotelevisione, non è meno severo:

d) la diffusione di trasmissioni sponsorizzate, che rispettino la responsabilità e l'autonomia editoriale del fornitore di contenuti nei confronti della trasmissione, siano riconoscibili come tali e non stimolino all'acquisto o al noleggio dei prodotti o dei servizi dello *sponsor*, salvi gli ulteriori limiti e divieti stabiliti dalle leggi vigenti in relazione alla natura dell'attività dello *sponsor* o all'oggetto della trasmissione.

Da *La Carta dei doveri del giornalista*, 1993:

Il giornalista è tenuto all'osservanza dei principi fissati dal *Protocollo d'intesa sulla trasparenza dell'informazione* e dal *Contratto nazionale di lavoro giornalistico*; deve sempre rendere riconoscibile l'informazione pubblicitaria e deve comunque porre il pubblico in grado di riconoscere il lavoro giornalistico dal messaggio promozionale.

Tutte queste "grida" che si susseguono senza sosta, riscrivendo gli stessi principi, sono clamorosamente e sfacciatamente disattese. La pubblicità invade ormai direttamente la parte redazionale, ne condiziona pesantemente i contenuti e confonde i lettori truffandoli. Mai come in questo campo si può misurare l'impotenza, se non la correttezza, dell'Ordine dei Giornalisti nel mancato rispetto delle norme deontologiche e di legge.

L'INFORMAZIONE E LE SUE GARANZIE

DI LUIGI FERRAJOLI¹

Il vero, gravissimo problema dell'informazione in Italia consiste nell'assoluta mancanza di garanzie dell'informazione. Ovviamente esiste la libertà di stampa e di informazione come libertà passiva o libertà da censure, o impedimenti o costrizioni. Tutti possono parlare al bar, stampare volantini, pubblicare, se ne hanno i mezzi, giornali e riviste. Esistono quotidiani di opposizione e ciascuno può dire quello che pensa senza temere arresti o censure. Ma non esistono le garanzie della medesima libertà come libertà attiva o libertà di informazione, cioè la garanzia del suo esercizio indipendente. Non esistono, in breve, garanzie di un'effettiva indipendenza dell'informazione: né della libertà di informazione di chi fa informazione, cioè dei giornalisti, né del diritto alla non disinformazione di chi delle informazioni è destinatario, cioè dei cittadini lettori. È questa mancanza totale di garanzie – che in altri paesi esistono, nel costume ancor prima che nelle leggi – che si è rivelata in questi anni in maniera vistosa e che sta facendo pagare un prezzo altissimo alla democrazia del nostro

¹ Testo dell'intervento di Luigi Ferrajoli nel Convegno, tenutosi il 10 novembre 2009 a Roma nella Biblioteca della Camera dei deputati, su *I diritti dei lettori* della "Società Pannunzio per la libertà di informazione" e poi pubblicato nel supplemento a "Critica liberale", nn. 173-174, marzo-aprile 2010.

paese, precipitato al 73° posto, come paese solo “parzialmente libero”, nella classifica di “Freedom House” sui livelli della libertà di stampa.

Cercherò chiarire i termini del nostro problema attraverso una loro analisi concettuale. L’informazione coinvolge due diritti le cui garanzie sono entrambe essenziali alla democrazia: la libertà-facoltà di informazione di chi scrive e la libertà-immunità dalla disinformazione di chi legge.

La libertà di informazione, a sua volta, coinvolge tre diritti: il diritto di informazione che è un diritto costituzionale, la proprietà dei mezzi di informazione che è un diritto patrimoniale e il diritto civile di impresa giornalistica. Ebbene, né la libertà costituzionale di informazione in senso attivo, né il diritto alla non disinformazione in senso passivo sono in Italia minimamente garantiti, essendo di fatto condizionati e subordinati ai poteri politici e ai poteri economici che detengono il controllo dei media più importanti.

1. IL DIRITTO ALLA NON DISINFORMAZIONE COME LIBERTÀ NEGATIVA

Cominciamo con il secondo dei due diritti ora indicati: il diritto alla non disinformazione. È chiaro che non può parlarsi di un diritto positivo alla “vera” informazione, che sarebbe in conflitto con la libertà di informazione. Esiste tuttavia, come ha detto Enzo Marzo, un diritto negativo alla non disinformazione, consistente in una libertà negativa, cioè nell’immunità dalle disinformazioni e dalle manipolazioni delle notizie. Questo diritto è un corollario della libertà di coscienza e di pensiero, cioè della prima libertà fondamentale

che si è affermata nella storia del liberalismo e che implica il diritto alla non manomissione della propria coscienza.

La garanzia di questa libertà negativa rappresenta d'altro canto una condizione elementare dell'esercizio consapevole del diritto di voto e della formazione di un'opinione pubblica informata e matura, ed è perciò il presupposto della democrazia politica e della sovranità popolare. Sotto questo aspetto possiamo ben dire che l'informazione è oggetto, oltre che di diritti fondamentali della persona – la libertà-facoltà di informazione, la libertà-immunità dalla disinformazione e, indirettamente, del diritto politico di voto – di un autonomo interesse pubblico e collettivo in capo a tutti e a ciascuno, implicito in tutti i principi della democrazia politica: la trasparenza dei pubblici poteri, il controllo popolare sul loro esercizio, la rappresentatività e la responsabilità degli eletti nei confronti degli elettori. Se poi si considera il lettore come un consumatore, il diritto alla non disinformazione e alla non manipolazione delle notizie equivale altresì al diritto di non ricevere merce avariata. Si misura, sotto tutti questi aspetti, l'enorme importanza che avrebbe l'approvazione dello "statuto dei lettori", nella loro duplice veste di cittadini e di consumatori, proposto da Enzo Marzo.

Ebbene questo diritto alla non disinformazione è oggi pesantemente manomesso dal controllo politico dei media. E lo è per l'assoluta mancanza di garanzie dell'indipendenza dell'informazione. C'è infatti un nesso tra la libertà-facoltà di informazione come diritto attivo e il diritto-immunità alla non disinformazione come diritto passivo: questo implica quello, nel senso che la sua migliore garanzia è appunto l'indipendenza dell'informazione, che è altresì la principale garanzia della libertà attiva di informazione.

2. IL DIRITTO DI INFORMAZIONE COME LIBERTÀ ATTIVA

Vengo così al diritto di informazione come libertà attiva. È la mancanza di garanzie di questa fondamentale libertà, come ho detto all'inizio, il vero, gravissimo problema. Il problema, ripeto, non è, come sotto il fascismo, l'impedimento di qualunque esercizio della libertà di informazione: tutti, se ne hanno i mezzi, possono aprire un giornale e scrivere su di esso ciò che vogliono. Il vero problema è quello della mancanza di libertà dell'informazione, nel senso di "indipendenza" del suo esercizio all'interno dei media direttamente o indirettamente controllati dal potere politico. È attraverso questo controllo che passano la repressione e la discriminazione, la censura e l'autocensura e perciò la manipolazione dell'informazione.

Enzo Marzo ha mostrato, nella sua relazione, le varie forme di servilismo e di condizionamento che compromettono l'indipendenza dell'informazione. Garanzie giuridiche di questa indipendenza in Italia non esistono, come invece dovrebbero esistere e in parte esistono in altri paesi, nei quali sono comunque operanti regole rigide sul piano quanto meno della deontologia professionale dei giornalisti. In Italia, per il rapporto del tutto anomalo che si è stabilito tra informazione, proprietà e potere politico, non solo non esistono garanzie giuridiche, ma è crollata anche la deontologia professionale. L'indipendenza e la libertà dell'informazione sono perciò oggi diventate il problema centrale della nostra democrazia.

Come si garantisce l'indipendenza dell'informazione? C'è una vecchia ricetta, un vecchio principio liberale, che suggerisce la prima, elementare garanzia. È la separazione dei poteri: la netta separazione, precisamente, tra poteri mediatici, cioè i poteri dell'informazione, e poteri politici. Si tratta di una

separazione che rimanda alla più generale separazione tra poteri pubblici e poteri privati, tra poteri politici e poteri economici: che è una separazione ancor più importante, ancor più decisiva ai fini della sopravvivenza dello stato di diritto e della democrazia della stessa classica separazione intra istituzionale tra i poteri dello Stato, cioè tra potere legislativo, potere esecutivo e potere giudiziario. Ancor più importante e decisiva perché fa parte del costituzionalismo profondo, non soltanto della democrazia, ma ancor prima dello Stato moderno, nato appunto dal superamento della confusione tra proprietà e sovranità che caratterizzava lo stato patrimoniale e il regime feudale premoderni. Si tratta della prima, pregiudiziale garanzia del corretto funzionamento dei pubblici poteri; al punto che la sua mancanza, cioè la concentrazione dei poteri e il conseguente conflitto di interessi, compromette sia la rappresentanza giuridica delle istituzioni pubbliche, che come dice il codice civile è esclusa ove il rappresentante abbia interessi in conflitto con quelli del rappresentato, sia la rappresentanza politica, che come stabilisce l'art. 67 della Costituzione consiste nella rappresentanza della Nazione, cioè degli interessi generali, ed è esclusa allorquando è condizionata da interessi particolari.

È questa separazione tra sfera pubblica e sfera privata che è stata dissolta dall'attuale concentrazione di poteri politici e di poteri economici in capo al presidente del consiglio e dai conseguenti conflitti di interesse, i quali equivalgono, in realtà, al sopravvento sugli interessi pubblici degli interessi privati di colui che detiene una simile somma di poteri. È questa l'enorme, gravissima, annosa anomalia italiana che sta provocando la crisi della nostra democrazia. In tutti i paesi civili questa anomalia non esiste perché la garanzia della separazione tra

poteri pubblici e poteri economici è affidata alle regole non scritte del costume democratico. In Italia, al contrario, essa è cresciuta su se stessa, benché sia espressamente esclusa dalla legge: da una vecchia Legge del 1954, che prevede l'ineleggibilità a cariche politiche di chi è concessionario di pubblici servizi, ma che è stata vistosamente violata, come ben sappiamo, fin dal 1994. Ed è aggravata enormemente dal fatto che la concentrazione riguarda non un qualsiasi potere privato, ma quello specifico potere che è il potere dell'informazione. Ne consegue la lesione di una seconda, e non meno importante separazione che è anch'essa alla base, ancor prima che della democrazia, della modernità giuridica: la separazione tra poteri politici e poteri culturali e ideologici realizzatasi con il processo di secolarizzazione. Controllando l'informazione, il potere politico persegue l'omologazione ideologica e politica, facendo sì che «i cittadini», come scrisse Condorcet, «non apprendano mai nulla che non sia adatto a confermarli nelle opinioni che i loro governanti vogliono suscitare in loro».

Ne risulta una inevitabile deformazione sia dei poteri politici che dell'informazione. Giacché questa separazione è anche la prima, elementare garanzia dell'indipendenza dell'informazione e del suo ruolo democratico, che è quello di fornire informazioni sgradite al potere, di criticare l'operato del governo, in breve di svolgere un costante controllo sulle politiche governative. Il controllo politico dei media produce invece un capovolgimento del rapporto tra controllori e controllati: non sono più gli elettori che controllano gli eletti, ma viceversa. È infatti evidente che l'assenza di questa banale garanzia genera inevitabilmente un'informazione asservita al potere politico: direttamente attraverso la proprietà di un impero mediatico detenuta dal capo del governo, e indirettamente attraverso il

controllo della televisione pubblica da parte della maggioranza parlamentare. L'informazione, in queste condizioni, si risolve in una fabbrica del consenso, favorendo la degenerazione in senso populista dell'intero sistema politico. E certamente la persona che più di tutti in Italia è consapevole di questo capovolgimento del ruolo dell'informazione – non la critica ma la fabbrica del consenso, non il controllo ma l'asservimento al potere – è proprio Silvio Berlusconi. Prova ne sia l'assoluta fermezza con cui egli ha sempre difeso e rafforzato con leggi di comodo l'attuale assetto dell'informazione.

Si aggiunga che questa malattia del nostro sistema dell'informazione – la concentrazione dei poteri, il conflitto di interessi, l'impero mediatico e televisivo di proprietà del presidente del consiglio – è aggravata da un altro virus: l'analfabetismo istituzionale del presidente del Consiglio [Berlusconi *ndr*], la sua totale mancanza di senso del limite e della misura e la sua concezione padronale delle funzioni di governo manifestata dalla sua intolleranza, sprezzante e aggressiva, per ogni manifestazione di critica o di dissenso. Se la concentrazione dei poteri rappresenta un vizio strutturale del sistema, l'aggressività del premier nei confronti del dissenso ne rivela le vocazioni autoritarie sempre più incontrollate e minacciose. I violenti attacchi di B. alla libera stampa attraverso querele, insulti, ricatti e intimidazioni nei confronti di giornali e giornalisti, colpevoli solo di fare il loro mestiere, rivelano una totale ignoranza dell'abc della democrazia. Ci mettono di fronte un autocrate che non sa neppure in che cosa consista la libertà di manifestazione del pensiero, se è vero che la stessa intolleranza e i medesimi ricatti e intimidazioni vengono rivolte, dal suo giornale di famiglia, anche a chi osa muovere qualche timida critica dall'interno del suo

stesso partito, di cui è per di più cofondatore, come il presidente della Camera Gianfranco Fini. Il sedicente “partito” o “popolo delle libertà” è evidentemente una caserma la cui unica regola è il culto del capo acclamato dal popolo.

Si capisce come la convergenza di tutti questi elementi – quello oggettivo del controllo proprietario e politico dei media e quello soggettivo dell’intolleranza per il dissenso – sia micidiale per il futuro della democrazia. Il consenso popolare vantato da B. non attenua, ma aggrava enormemente la crisi delle nostre libertà. Quando dai sondaggi risulta, per esempio, che la maggioranza dei cittadini o una loro parte consistente ritengono che i magistrati che indagano su Berlusconi sono comunisti o partecipi di un complotto per rovesciarlo, dobbiamo chiederci da dove possa provenire un simile assurdo convincimento se non dal fatto che queste tesi sono quotidianamente ripetute in televisione, sicché i cittadini ripetono, nei sondaggi, semplicemente ciò che sentono in televisione. D’altra parte un simile consenso nei confronti di un governo che si è distinto unicamente per le sue politiche antisociali, per le leggi razziste contro gli immigrati e per le aggressioni al lavoro e ai sindacati, alla scuola pubblica e alla laicità dello Stato, è solo un segno inequivoco del grado di disinformazione e manipolazione della pubblica opinione e, insieme, della corruzione del senso civico e della decadenza morale e civile della società italiana. Si può solo sperare che il delirio penoso e scomposto di onnipotenza e vanagloria di cui B. dà quotidianamente spettacolo, la sua crescente impresentabilità come uomo di governo e il suo isolamento internazionale lo rendano finalmente indigesto perfino alla nostra destra. Il futuro della nostra democrazia dipende da una corsa con il tempo: dal fatto che il rigetto da parte dell’opinione pubblica

di questo declino cresca più rapidamente dell'acquiescenza e della passivizzazione politica della maggioranza degli elettori.

3. LIBERTÀ DI INFORMAZIONE E PROPRIETÀ DEI MEDIA

C'è poi una terza questione, di carattere più generale, che riguarda il rapporto tra la libertà costituzionale di informazione, la proprietà privata dei media e il diritto civile di impresa giornalistica o televisiva: un problema antico, che si è sempre posto anche per la libertà di stampa, che è sempre stato rimosso dal dibattito pubblico e che assume oggi un carattere assai più minaccioso per il futuro della democrazia dato che riguarda la proprietà non già semplicemente di una testata giornalistica, ma di quella odierna *agorà*, luogo della sfera pubblica per eccellenza, che è diventata la televisione e che differisce dalla stampa per il suo carattere incomparabilmente più invasivo e pervasivo.

Ebbene, anche su questo terreno la mancanza di garanzie dell'informazione è totale. E anche in questo caso la garanzia della libertà di informazione e del diritto alla non disinformazione richiede una separazione di cui non è traccia nel nostro ordinamento: la separazione e l'indipendenza dell'informazione, e precisamente dei giornalisti e dei comitati di redazione, dalla proprietà dei media. La lettera della Costituzione è in proposito chiarissima. La libertà di manifestazione del pensiero prevista dall'articolo 21 garantisce la libertà di manifestazione del proprio pensiero, cioè del pensiero di chi lo manifesta: «Tutti hanno diritto di manifestare liberamente il proprio pensiero con le parole, lo scritto e ogni altro mezzo di diffusione». E «il proprio pensiero» è quello dei giornalisti,

e non certo quello dei proprietari delle testate. Abbiamo mai visto un articolo di giornale scritto da Berlusconi? Accade invece che la libertà di manifestazione del pensiero viene comunemente identificata con la proprietà della testata ed è perciò degradata a variabile dipendente della proprietà dei mezzi di informazione.

Tocchiamo qui un vecchio problema, irrisolto dalla tradizione liberale: la dipendenza della libertà di informazione dalla proprietà delle testate, che nella stampa poteva forse tollerarsi fino a quando la proprietà dei mezzi di informazione era in capo a imprenditori puramente editoriali, ma che oggi, nella televisione, dotata di una capacità di invadenza, di influenza e di suggestione incomparabilmente maggiore, si è risolta nella totale subordinazione agli interessi economici e politici della proprietà. Il segno più inquietante dell'accettazione acritica, da parte della cultura giuridica e del senso comune, di questa subordinazione giuridicamente insostenibile della libertà di manifestazione del pensiero alla proprietà delle testate, è che le critiche alle degenerazioni in atto e i tentativi di porre ad esse rimedio si sono sempre appuntati, anche nelle pronunce più avanzate della Corte costituzionale, sulla sola concentrazione dei mezzi d'informazione: sul fatto, in altre parole, che da tale concentrazione risultano violate la libera concorrenza tra testate e, conseguentemente, il pluralismo dell'informazione. È quindi soltanto la legge del mercato – del mercato dell'informazione e del consenso politico, governato a sua volta da quello della pubblicità – che viene invocata contro il monopolio e il controllo privato delle manifestazioni del pensiero e dell'informazione: come se la libertà di manifestazione del pensiero e di informazione fosse solo un corollario del principio della libera concorrenza.

Domandiamoci allora: il problema dell'informazione è (solo) un problema di antitrust o è (anche, e prima ancora) un problema di libertà e di democrazia? La libertà di informazione è solo una variabile dipendente del mercato, oppure è un principio e un diritto fondamentale costituzionalmente stabilito? A questo diritto fondamentale, Stato e mercato, poteri politici e poteri economici sono vincolati, come impone il suo rango costituzionale, o possono al contrario disporre a piacimento, al punto da controllarne e limitarne l'esercizio? La difesa di questa libertà basilare per la democrazia passa (solo) per la rivendicazione del pluralismo dei proprietari dei mezzi d'informazione, oppure va garantita come un valore fine a se stesso? In breve: la libertà di stampa e di informazione si identifica con la proprietà dei giornali e delle televisioni, oppure è da essa distinta e deve essere ad essa sopraordinata, anziché subordinata?

Si manifesta qui un vistoso equivoco teorico sotteso alla concezione liberista della libertà di manifestazione del pensiero: la confusione concettuale tra libertà d'informazione e proprietà privata dei mezzi d'informazione, che ignora l'asimmetria strutturale tra quello che è un diritto fondamentale di rango costituzionale e quello che è un diritto patrimoniale e insieme un potere il quale, come tutti i poteri, dovrebbe, nella logica dello stato di diritto, essere soggetto alla legge e soprattutto ai diritti costituzionalmente stabiliti. Si tratta invece di due diritti dei quali il secondo, la proprietà, in assenza di limiti e garanzie, divora letteralmente il primo, la libertà. Con l'avvento della televisione e con le sue forme odierne di concentrazione e di omologazione è insomma esplosa un'aporia che era già presente ma assai meno minacciosa nell'informazione per mezzo della stampa. Quello che è un potere – il potere

imprenditoriale – viene a sovrapporsi e a coincidere con un diritto di libertà, la libertà di stampa, di opinione e di informazione, e perciò ad inglobarlo e a schiacciarlo. I diritti di libertà, anziché limitare il potere, ne sono in tal modo limitati.

È perciò il rapporto tra proprietà dei media, libertà di informazione, diritto all'informazione e poteri di governo che deve essere oggi ripensato e rovesciato, se si vuole impedire, con la concentrazione dei poteri, il collasso della democrazia. Non ci sono, naturalmente, soluzioni facili. Ma nessun problema di garanzie è in via di principio insolubile, se non vogliamo screditare come utopia ciò che semplicemente non si ha l'interesse o la volontà di fare. Ciò che è certo è che qualunque riforma in grado di garantire la libertà di manifestazione del pensiero e di informazione deve muovere dal riconoscimento che la proprietà dei media è un potere, e che c'è almeno una regola, consegnataci dalla tradizione teorica dello stato di diritto, cui esso deve essere sottoposto, come ogni altro potere, onde ne sia impedita l'accumulazione in forme assolute: la separazione dei poteri, che è poi la vecchia ricetta di Montesquieu che non può non essere estesa a quel quarto potere nel quale si è soliti identificare la stampa, affinché esso sia realmente "quarto", cioè separato e indipendente dalla proprietà onde questa non possa limitarne e controllarne l'esercizio. Se è vero che il diritto di informazione è divorato dalla proprietà, allora il rimedio consiste nel distinguere e nel separare questi due diritti e nel garantire la separazione e l'indipendenza del primo dal secondo, non meno essenziali all'informazione di quanto indipendenza e separazione lo siano al potere giudiziario nei confronti del potere esecutivo.

Di qui l'importanza che allo "Statuto dei diritti dei lettori" proposto da Enzo Marzo sia associato uno "Statuto dei diritti

dei giornalisti” che ne assicuri l'indipendenza, l'uno e l'altro non meno essenziali per il futuro della democrazia di quanto sia stato lo Statuto dei diritti dei lavoratori. Un simile statuto ben potrebbe neutralizzare o quanto meno ridurre il potere della proprietà con molteplici garanzie: l'elezione o quanto meno il concorso decisivo delle redazioni nella nomina dei direttori delle testate; l'istituzione, accanto all'antitrust, di autorità di garanzia indipendenti specificamente deputate alla tutela della libertà dei giornalisti e dell'autonomia delle redazioni; il divieto di licenziamenti arbitrari, di discriminazioni e di censure; il divieto di ingerenza della proprietà sulle decisioni e gli orientamenti delle redazioni in ordine ai contenuti dell'informazione e alle programmazioni televisive, o quanto meno la previsione di finanziamenti pubblici espressamente condizionati all'assenza di controlli padronali.

Naturalmente si richiedono altresì le garanzie del pluralismo delle testate. Una prima garanzia è il divieto di concentrazione delle testate in forme ben più rigide di quelle previste dalle legislazioni vigenti. Semplicemente, dovrebbe essere preclusa agli investitori, sia nazionali che stranieri, la proprietà privata di più di un quotidiano o di una rete televisiva. È questo il solo modo per assicurare un effettivo pluralismo e un'effettiva differenziazione dei mezzi di informazione. Se la funzione dei mezzi d'informazione è quella appunto di fornire informazioni, critiche e opinioni, e di essere luoghi di pubblico dibattito, non si capisce perché non dovrebbe essere sufficiente a tal fine una sola testata. Né si capisce perché mai i maggiori investimenti non dovrebbero essere diretti a rafforzarla, ad accrescerne la qualità e la diffusione, anziché ad acquistare e perciò a controllare e a neutralizzare le testate concorrenti. Già oggi, del resto, mentre nelle comuni attività

imprenditoriali è vietato dall'art. 82 del Trattato della Comunità Europea «l'abuso di posizioni dominanti sul mercato comune», in materia di imprese giornalistiche e televisive sarebbe preclusa, perfino in Italia, dalla sentenza della Corte costituzionale n. 420 del 1994 e poi dall'art. 2 della Legge n. 249 del 1997 la stessa «formazione di posizioni dominanti», chiaramente prodottasi in capo al presidente del Consiglio e ulteriormente aggravata dalla Legge Gasparri del 2003.

In secondo luogo andrebbe riconosciuto il carattere di luogo e di spazio pubblico ormai chiaramente assunto dalle televisioni, siano esse pubbliche o private, e ne andrebbe perciò garantito, da idonee istituzioni di garanzia primarie e secondarie, il ruolo di contro-poteri – il cosiddetto “quarto potere” – ossia di strumenti di informazione, di critica e di controllo sul potere, liberi da censure e discriminazioni interne e da costrizioni o imposizioni esterne. Una seria autorità di garanzia dell'informazione dovrebbe a tal fine essere fornita di efficaci poteri di accertamento, di controllo e di intervento sanzionatorio, diretti a impedire le concentrazioni occulte e, insieme, la massima libertà e indipendenza dei giornalisti e delle redazioni sia dai poteri politici di governo, sia dai poteri economici e proprietari. È poi evidente che una simile autorità, perché sia a sua volta garantita nella sua stessa indipendenza, non dovrebbe essere, come sono oggi gran parte delle cosiddette “autorità indipendenti”, di nomina parlamentare e quindi, sia pure indirettamente, di emanazione governativa. Dovrebbe invece essere formata da membri eletti dalle associazioni della stampa, o quanto meno essere un organo di composizione mista, in gran parte eletto dai giornalisti e solo per una quota minoritaria da elevate maggioranze parlamentari, sul modello per esempio del Consiglio superiore della magistratura. In

nessun caso essa dovrebbe essere espressione della maggioranza politica, essendo il suo ruolo quello soprattutto di accertare violazioni di legge e di garantire l'indipendenza dell'informazione, non diciamo dai controlli ma da condizionamenti politici provenienti soprattutto dalle istituzioni di governo.

In terzo luogo, una misura tanto semplice quanto efficace per sollevare la qualità del sistema televisivo e assicurarne l'indipendenza sarebbe la previsione di un adeguato finanziamento pubblico, inversamente proporzionale agli introiti pubblicitari e agli spazi riservati alla pubblicità. Una simile misura varrebbe tra l'altro a distinguere chiaramente le televisioni commerciali da quelle di informazione. Si potrebbero inoltre predeterminare tetti massimi di pubblicità, onde favorire la distribuzione degli introiti pubblicitari e commisurare a tali tetti la misura del finanziamento pubblico.

Infine, accanto al massimo pluralismo delle televisioni private, andrebbe rafforzato il servizio pubblico con una politica esattamente opposta a quella delle privatizzazioni oggi perseguita. C'è una norma nella Costituzione italiana, l'articolo 43, che sembra pensata proprio per questo problema, pur se fu scritta quando ancora la televisione non esisteva:

Ai fini di utilità generale la legge può riservare originariamente o trasferire, mediante espropriazione e salvo indennizzo, allo Stato, ad enti pubblici o a comunità di lavoratori o di utenti determinate imprese o categorie di imprese, che si riferiscano a servizi pubblici essenziali o a fonti di energia o a situazioni di monopolio ed abbiano carattere di preminente interesse generale.

Quale mai «servizio pubblico» è più «essenziale» e ha maggiormente «carattere di preminente interesse generale» di

quella che ormai è diventata l'odierna arena politica, cioè la sede più visibile, più affollata, più invadente e più decisiva del dibattito pubblico e della formazione del consenso? Non dimentichiamo che fu proprio su questa norma che per decenni la Corte costituzionale italiana fondò la legittimità del monopolio statale del servizio radiotelevisivo su scala nazionale. La “riserva allo Stato” di tale servizio, essa affermò nella sentenza n. 148 del 21.7.1981, si giustifica «in vista del fine di utilità generale costituito dalla necessità di evitare l'accentramento dell'emittenza radiotelevisiva in monopolio od oligopolio privato». E aggiunse, con lungimiranza:

L'asserito aumento della disciplina delle frequenze non appare infatti elemento determinante per escludere il pericolo di oligopoli privati, in quanto una serie di fattori di ordine economico, con la utilizzazione del progresso della tecnologia, fa permanere i rischi di concentrazione oligopolistica attraverso lo strumento della interconnessione e degli altri ben noti mezzi di collegamento di vario tipo oggi esistenti per le trasmissioni televisive.

Ovviamente non si tratta di ristabilire il monopolio statale, ma semplicemente di evitare gli “oligopoli privati” paventati in Italia, un quarto di secolo fa, dalla Corte costituzionale: paventati peraltro con previsione ottimistica, visto che quegli oligopoli si sono in realtà trasformati di fatto in un monopolio politico-privato. Si tratta al contrario di assicurarne la concorrenza, grazie a un loro effettivo pluralismo, in aggiunta a una forte televisione pubblica. Proprio perché “servizio pubblico” destinato a “fini di utilità generale”, d'altro canto, la televisione pubblica ben potrebbe essere emancipata dall'attuale dipendenza dalla pubblicità, tornando ad essere

una televisione prevalentemente non commerciale a sostegno della quale si giustifica il pagamento del canone. È poi evidente che il principio della separazione e del bilanciamento dei poteri richiederebbe un'amministrazione della televisione pubblica affidata non già, come oggi, a un organo di nomina politica e perciò espressione della maggioranza o, nel migliore dei casi, della lottizzazione partitica, bensì a un'istituzione di garanzia separata organicamente dalle istituzioni di governo, garante al tempo stesso dell'indipendenza dei giornalisti, del pluralismo politico e della massima ed uguale possibilità di accesso per tutti.

Separare e garantire la libertà dell'informazione dalla proprietà; istituire autorità di garanzia finalizzate all'effettiva tutela della libertà di stampa e di informazione; impedire ogni forma di concentrazione della proprietà dei media; trasformare le frequenze in beni pubblici parimenti accessibili a tutti; favorire con adeguati finanziamenti inversamente proporzionali agli introiti pubblicitari e con la creazione di impianti e di infrastrutture comuni le televisioni non commerciali; affermare il carattere oggettivamente pubblico della televisione in quanto tale e allargare lo spazio del servizio televisivo in mano pubblica: sono soltanto alcune delle possibili riforme volte a fronteggiare il pericolo incombente del grande fratello. Sono riforme difficili e attualmente del tutto improbabili. Ma che almeno le forze di opposizione prendano coscienza dei termini drammatici del problema. Sono in gioco, su questo terreno, le libertà fondamentali e la democrazia.

I MEDIA E LA SOVRANITÀ POPOLARE

DI STEFANO RODOTÀ¹

Il rapporto cittadini-informazione è sempre stato molto complesso, differenziato nel tempo, variabile da paese a paese. In questi anni ha costituito l'oggetto sia di una riflessione politico-istituzionale particolarmente intensa che ha proposto una serie di questioni in modo diverso dal passato, sia un cambiamento radicale legato alle tecnologie dell'informazione.

In realtà noi discutiamo – ed è giusto che sia così e sarà qui ribadito oggi – dell'informazione come un diritto con le due facce, che sono state messe bene in evidenza da una ricerca che va avanti da decenni, cioè diritto di informare e diritto di essere informati, ma si è fatta strada, in maniera sempre più netta, una riflessione sull'informazione che vede in essa addirittura una preconditione del processo democratico. Anche alcuni autorevolissimi sostenitori del carattere meramente procedurale della democrazia, riflettendo in maniera più approfondita, hanno dovuto ammettere che questa processualità

¹ Testo dell'intervento di Stefano Rodotà nel Convegno, tenutosi il 10 novembre 2009 a Roma nella Biblioteca della Camera dei deputati, su *I diritti dei lettori* della "Società Pannunzio per la libertà di informazione" e poi pubblicato nel supplemento a "Critica liberale", nn. 173-174, marzo-aprile 2010. La trascrizione dell'intervento fu rivista dalla redazione e approvata dall'autore.

della democrazia ha senso se alcune precondizioni sono rispettate, e tra queste c'è certamente l'informazione adeguata del cittadino che diventa un elemento necessario per l'effettivo esercizio della sovranità popolare.

Inoltre, le tecnologie individuano crescenti opportunità per i cittadini che vengono coinvolti nel processo informativo in modo completamente diverso da quello del passato. È giusto allora l'elenco che è scritto nella premessa di questa bozza per uno Statuto dei diritti del lettore: «Il lettore, lo spettatore, l'ascoltatore radiotelevisivo e l'utente web (nota: più avanti chiamati sinteticamente lettori)». Siamo di fronte a una ridefinizione del soggetto destinatario dell'informazione secondo i mezzi che usa: il lettore ha il libro e il giornale, lo spettatore e l'ascoltatore hanno la radio e la televisione, l'utente web è una figura molto sfaccettata al suo interno.

Quest'ultimo ruolo mette in evidenza un dato che è particolarmente importante nell'ottica di questo Statuto, che si fonda sulla possibilità di intervento attivo del cittadino. A me non piace l'espressione “cittadinanza digitale”, perché tutte le aggettivazioni che si aggiungono a parole forti come “democrazia”, “eguaglianza”, “cittadinanza” riducono la forza del sostantivo. Finora il destinatario dell'informazione è stato passivo. Ma questa condizione di passività oggi è sfidata continuamente da una serie di tecnologie che consentono di interagire con i mezzi tradizionali. Se voi guardate la versione *on-line* di tutti i giornali italiani, trovate che gran parte delle notizie sono accompagnate dalla formula: «Scrivi un commento». Già questo tende a modificare il rapporto tra il fornitore dell'informazione e il destinatario dell'informazione. Quale sia poi l'incidenza effettiva dello scrivere il commento è altra cosa.

C'è un telegiornale, quello de "La7", che si apre tutte le sere con un sondaggio. Certo, è un campione autoselezionato che non ha attendibilità scientifica, può essere discusso nella sua qualità politica; tuttavia è uno strumento che individua il destinatario dell'informazione in maniera diversa da quella in cui eravamo abituati a percepirlo. Comincia a vederlo come titolare di diritti. Il punto mi pare significativo.

Quando poi si leggono notizie tipo questa che io vi cito testualmente: «Il "Guardian" chiama i blogger a coprire il deficit di informazione locale», vedete immediatamente che lo stesso strutturarsi del soggetto che fa informazione è legato a un'interazione molto forte con quelli che altrimenti sarebbero rimasti i destinatari dell'informazione. E sappiamo benissimo poi che quest'altra forma dell'informazione diventa determinante in situazioni particolari. Pensate alle elezioni in Iran e a tutto quello che ne era seguito, alle vicende della Birmania. C'è quindi un altro tipo di informazione che qualifica la presenza dell'utente in maniera completamente diversa e in maniera che diventa relevantissima per chi fa informazione professionale. Senza le immagini mandate dalla Birmania o dall'Iran via telefonino, tutti i media tradizionali, dal giornale a un media maturo come la televisione generalista, non avrebbero potuto assolutamente svolgere il loro compito.

La seconda questione (che io però affronto solo di sfuggita) è la dimensione costituzionale, che è relevantissima non solo per la rilettura che qui si propone dell'articolo 21, secondo comma, laddove si dice «la stampa non è soggetta ad autorizzazioni e censure», che oggi deve essere impugnata con molta maggiore determinazione rispetto al passato, anche perché sono continui i tentativi, con intenti corporativi, di sottoporre alla disciplina tradizionale della stampa scritta tutta una serie

di manifestazioni nuove. Non si può imporre un professionista alla direzione responsabile, con intenti magari di rispetto per chi lavora, o per impedire che ci sia un eccessivo sfruttamento di coloro i quali, in una testata *on-line*, vengono utilizzati con ancora maggiore disinvoltura e capacità di sfruttamento di quanto non avvenga con il lavoro precario all'interno dei giornali tradizionali.

Mi pare giusto avere ricordato, nell'ambito di questo dibattito, anche l'articolo 3 della Costituzione che io leggerei insieme all'articolo 2, perché qui ci sono due passaggi essenziali sui diritti inviolabili e sulla rimozione degli ostacoli che sono visti come condizione o riferimenti indispensabili per la libera costruzione della personalità. La quale sta al centro di questi due articoli ma che percorre l'intero testo costituzionale.

Faccio una parentesi. Devo essere molto sincero. Io sono rimasto sconcertato dal modo in cui si è reagito a una proposta, che non era certamente delle più vergognose, che veniva dal ministero della Pubblica Istruzione, cioè quella di introdurre un insegnamento di cittadinanza e Costituzione. Siamo così poco consapevoli della dimensione costituzionale che c'è stata una reazione di opinionisti, ahimè accompagnati da qualcuno che io non avrei mai sospettato di trovare in quella compagnia, che hanno sostenuto: noi non dobbiamo imporre precettistiche. Quando mi sono trovato negli Stati Uniti, il primo giorno di scuola, mio figlio, che aveva allora sette anni, è tornato a casa con dei bei libri solidi che doveva restituire alla fine del corso. Uno di questi libri era sulla Costituzione americana. Anni sette. Chiusa la parentesi.

I riferimenti costituzionali sono evidentemente importanti, sono sparsi nel testo costituzionale e devono essere sottolineati, perché la costruzione della personalità libera, in un

sistema di inquinamento radicale del sistema dell'informazione, è evidentemente qualcosa con cui noi dobbiamo fare i conti, qualcosa che diventa sempre più difficile.

Comincia a sorgere una certa consapevolezza di questo. È stata appena presentata da tre senatori (Marini, Ceccanti e Sanna) una proposta di legge costituzionale per un 21 bis. Non lo dovrei dire io, ma hanno scoperto una cosa che io avevo completamente dimenticato, cioè che nella prima bicamerale io avevo fatto una proposta. Vi leggo il testo che fu approvato all'unanimità dalla commissione. Si dice:

Nei limiti e nei modi stabiliti dalla legge, tutti hanno diritto di cercare, trasmettere e ricevere informazioni nonché di accedere ai documenti, agli atti amministrativi che li riguardano. Sono vietati la raccolta e l'uso di informazioni che implichino discriminazione o lesioni di diritti fondamentali della persona.

Adesso lo scriverei in modo diverso perché, per esempio preferirei che la seconda parte fosse esemplata su quello che sta scritto nella *Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea*, per altro richiamata nella relazione. Però oggi, nel clima che io ho molto velocemente e semplicisticamente ricordato, i tre riferimenti (che sono poi quelli della *Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo* del '48) «cercare, trasmettere e ricevere informazioni» assumono un significato molto diverso e molto particolare perché le modalità di ricerca, le modalità di ricevimento e le modalità di trasmissione delle informazioni sono cambiate.

Naturalmente sappiamo che l'inquinamento del sistema è molto forte. Non mi stanco mai di ricordare l'indagine Censis dell'estate scorsa (che non mi pare un'indagine sospettabile

di parzialità) dove, da una parte, metteva in evidenza come il 69,3 per cento dei cittadini forma la sua opinione politica sui telegiornali. Sicché anche il discorso sulla qualità e il pluralismo informativo in Italia non si fa misurando il fatto che c'è "la Gazzetta di Parma" o "il Foglio" o che altro, ma considerando qual è il luogo prevalente della formazione dell'opinione pubblica. Se si disaggregano un po' questi dati si vede che più del 60 per cento attinge le sue informazioni a due soli telegiornali, cioè al TG1 e al TG5. Abbiamo chiare così le modalità di formazione della personalità del cittadino attivo. È altrettanto chiaro che questa modalità incide in maniera molto forte sulla stessa libertà di voto, se noi la dobbiamo considerare non soltanto in una maniera del tutto formale.

Per cui in questo momento la disarticolazione che questo Statuto della Società Pannunzio propone attraverso una serie di diritti mi pare importante. Io qui vorrei mettere in evidenza alcuni fattori che sono stati già parzialmente ricordati, perché particolarmente significativi, a mio giudizio. In questo momento i rischi sono molto elevati.

Noi ci troviamo di fronte, proprio sul tema dell'informazione, al tentativo di cancellare la "par condicio". La "par condicio" non mi piace per nulla per come è stata strutturata; e tuttavia la prospettiva della sua cancellazione mi inquieta. Lo dico con grande sincerità. Sono disposto ad accettare dei correttivi sulla listarella presentata alle elezioni che finisce con l'affollare in modo improprio le trasmissioni. È un punto sul quale si può ragionevolmente discutere per assicurare in qualche modo il diritto di tribuna. Conosco bene il ragionamento che negli Stati Uniti hanno svolto tanti studiosi liberali:

Si deve assolutamente rovesciare il principio d'oggi: chi ha già la maggioranza parlamentare ha avuto già la possibilità di comunicare enormemente. È lo sfidante che deve essere dotato di potere informativo.

Quello che mi inquieta molto è l'affidare radicalmente al denaro la capacità di informazione. Lo so che è un liberale che nessuno legge tra quelli che si proclamano liberali, ma John Rawls diceva, sfidando anche la vulgata che purtroppo continua a circolare in Italia, che si doveva permettere ai candidati di usare soltanto risorse quantitativamente pari, perché la forza del denaro è quella che inquina il processo di informazione dell'opinione pubblica.

Poi c'è la disciplina dell'intercettazione così come è strutturata. Fu Bocca a scrivere libro intitolato *Il padrone in redazione*. Il padrone diventa padrone in redazione perché, nel momento in cui cresce il rischio di impresa a causa dei risarcimenti di danno che gli possono essere chiesti in base a quella disciplina, vorrà controllare di più. Avrà un'occasione in più per chiedere di contare.

Questi sono dei punti oggi altamente problematici. Un altro punto è quello rappresentato dalla pubblicità, non solo dal punto di vista della frode ma anche dal punto di vista delle risorse necessarie ai giornali.

Non possiamo trascurare il tentativo di alterare il mercato. Io lo vedo ripetutamente effettuato dal presidente del Consiglio [Berlusconi ndr] quando dice: «Non date pubblicità a questi giornali», mentre i flussi pubblicitari dovrebbero essere governati dalla convenienza economica. Quindi noi ci troviamo di fronte a un inquinamento in radice del rapporto tra cittadino e informazione.

Le altre considerazioni che io vorrei fare molto rapidamente sono queste: le regole da rispettare. Uno. È stato sottoscritto, nella primavera passata, un protocollo d'intesa, da parte di tutti i rappresentanti delle reti televisive, per quanto riguarda la rappresentazione di vicende che sono davanti all'autorità giudiziaria. È stato sottoscritto da tutti, e contiene tutta una serie di questioni che vengono affrontate con grande limpidezza, a cominciare dalla necessità del contraddittorio. Sicché si dovrebbe pensare che, ad esempio, laddove il contraddittorio non è possibile perché una delle parti (poniamo il giudice istruttore) non può intervenire, ci deve essere una particolare sobrietà nel dare la notizia. Questo è assolutamente trascurato.

Nella discussione sui tempi di fango, non mi risulta che, tranne qualche disperato singolo tentativo, qualcuno abbia letto una norma contenuta nel codice di deontologia dell'attività giornalistica (che – mi permetto di dire – non è un codice deontologico come tutti gli altri: è, come si dice tecnicamente, una norma secondaria. È una norma applicabile dal giudice ordinario, dal giudice amministrativo oltre che dai consigli dell'Ordine). Lì, nell'articolo 6, comma 2 (lo ricordo perché è un tema in discussione, e qui si dovrebbe giocare la partita ragionevolmente) si dice:

La sfera privata delle persone note o che esercitano funzioni pubbliche, deve essere rispettata se le notizie o i dati non hanno alcun rilievo sul loro ruolo e sulla loro vita pubblica.

L'invocazione di tutela della privacy facendo riferimento a questo articolo è ingiustificata. Mi permetto di citarlo e di darne pure l'interpretazione autentica perché devo dire sinceramente che, questo articolo, l'ho scritto materialmente io

quando lavorammo con l'Ordine dei giornalisti su questo punto, consapevoli che era un grande tema già stato affrontato a partire dal '64 con il famoso caso "NewYork Times" contro Sullivan. Il discorso, dal punto di vista giuridico, è rovesciato, cioè io, uomo pubblico, non ho aspettativa di privacy se non nel caso in cui queste notizie non abbiano alcun rilievo per quanto riguarda il mio ruolo o la mia vita pubblica. Quindi, vi rendete conto che ci sono regole che possono orientare. È invece l'anticipazione, la manipolazione processuale, che incidono sull'opinione pubblica e, in qualche modo, ledono il diritto del cittadino all'informazione, per quanto riguarda la giustizia.

Pluralismo. Io credo che sia importante.

Sul diritto di intervento bisogna un po' lavorare, però è un punto capitale, e mi limito a sottolineare quanto sia capitale facendo riferimento a una controversa e anche controvertibile ipotesi che da anni propone un signore che insegna ad Harvard e che si chiama Cass Sunstein. Illustre giurista, ha insegnato per anni alla Law School della University of Chicago e ha anche una cattedra a Harvard. Obama l'ha messo a capo dell'ufficio per la semplificazione, ma che ha anche altri compiti importanti, come quello di vigilare affinché le varie agenzie governative rispettino certe regole e certi standard nel processo di produzione di norme e decreti.²

Collaboratore nell'estensione di varie recenti costituzioni è, fin dagli anni '80, tra i più autorevoli teorici del filone deliberativo del repubblicanesimo, è stato nominato da Obama – come si dice nel linguaggio colorito degli americani – “zar dell'informazione”. Sunstein sostiene³ che un sito particolarmente

² Cfr. www.inkioastro.com/2010/04/20/il-mio-internet-e-bello-cosi/

³ Cfr. www.repubblica.it/2009/12/sezioni/politica/giustizia-22/rodota/rodota.html

influyente e particolarmente caratterizzato su alcuni contenuti deve essere obbligatorio a indicare un link con un sito di opinione opposta. Il sito negazionista, però, a sua volta deve indicare a chi lo visita: «Bada che c'è un'opinione completamente opposta che tu puoi acquisire cliccando su [www...](#) e via dicendo».

Ora, io non voglio dilungarmi, questo è un punto controverso, anche tecnicamente difficile da strutturare, e tuttavia ci dice che il problema del pluralismo informativo e della possibilità attiva dei soggetti che si trovano di fronte all'informazione è particolarmente importante. E ritengo che sia importante l'articolo della bozza di *Statuto* sul diritto d'intervento. La rettifica tradizionale è nell'interesse soprattutto della persona, ma, se si afferma un diritto di intervento e di replica, se ne avvantaggia l'intera informazione. Questo diritto di intervento va al di là del chiarimento di una vicenda personale, diventa un modo per stabilire quell'ideale link con altre opinioni che altrimenti in quella dimensione non ci sarebbe.

Un accenno rapidissimo conclusivo a un tema che ho affrontato all'inizio. L'informazione è condizione dell'esercizio della sovranità. Io sono stato molto colpito da un argomento che è stato utilizzato durante la campagna del referendum sulla procreazione assistita e ha avuto effetti per indurre all'astensione. Si diceva: «Ma voi non capite niente di queste questioni, sono troppo complicate, e dunque non andate a votare».

Tra tutte, questa è l'argomentazione più pericolosa, perché in un paese che afferma che la sovranità popolare appartiene al popolo si sostiene che ci siano questioni riguardanti direttamente i cittadini, riguardanti addirittura la loro vita biologica, su cui il cittadino non ha invece diritto di parola dato che non possiede l'informazione adeguata. Anche qui mi permetto di fare un riferimento a una discussione aperta da

un po' di tempo negli Stati Uniti, laddove ci si augura il sorgere dello "scientific citizen", che non vuol dire il cittadino costruito scientificamente, ma il cittadino in grado di avere le informazioni adeguate per poter dire la sua anche in questioni apparentemente difficili. Trasferite questo discorso alla questione più generale e vi rendete conto che l'adeguatezza dell'informazione è condizione della sovranità, perché altrimenti cadiamo in meccanismi di esclusione e di riduzione della sovranità ai quali stiamo assistendo.

IERI IN FRANCIA, OGGI IN ITALIA. DA “LE MONITEUR” A SCALFARI

IERI...

Il 26 febbraio 1815 Napoleone fugge dal suo esilio presso l'isola d'Elba e torna a Parigi, dando inizio ai suoi ultimi Cento giorni. Man mano che Napoleone si avvicina alla capitale, “Le Moniteur”, che dopo l'insediamento di Luigi XVIII al Palazzo delle Tuileries è diventato saggiamente monarchico, titola:

1° giorno: «L'antropofago è uscito dalla sua tana».

2° giorno: «L'orco della Corsica è appena sbarcato a Golfe-Juan».

3° giorno: «La tigre è arrivata a Gap».

4° giorno: «Il mostro ha dormito a Grenoble».

5° giorno: «Il tiranno ha attraversato Lione».

6° giorno: «L'usurpatore è stato visto a 60 leghe dalla capitale».

7° giorno: «Bonaparte avanza a grandi passi, ma non entrerà mai in Parigi».

8° giorno: «Napoleone sarà domani sotto i nostri bastioni».

9° giorno: «L'imperatore è arrivato a Fontainebleau».

10° giorno: «Sua Maestà Imperiale fa il suo ingresso al Palazzo delle Tuileries, in mezzo ai suoi fedeli Sudditi».¹

¹ Cfr. Jean-Noël Jeanneney, *Une histoire des médias: des origines a nos jours*, Paris, Seuil, 1996.

E OGGI

RENZI, DA «POPULISTA» E «AUTORITARIO» A «STATISTA» COME «CAVOUR E GARIBALDI»

[Avvertenza per i lettori: il 15 gennaio 2016 a “la Repubblica” è inaspettatamente nominato direttore Mario Calabresi. Così il quotidiano diventa renziano e nasce “Repubblica 2.0”. Il 4 dicembre 2016, nonostante le perentorie condizioni poste, per un anno, a Renzi e tutte respinte, il giorno delle votazioni sul referendum costituzionale, il fondatore “bacia la pantofola” al direttore Calabresi, citandolo espressamente all’inizio dell’editoriale che ufficializza il suo passaggio dal “No” al “Sì”].

12 agosto 2015: «Ma i due disegni di legge dei quali stiamo ora parlando (elettorale e costituzionale, se sarà approvato) e sulle quali le nostre opinioni divergono produrranno un mutamento talmente radicale che a mio avviso equivale ad una riscrittura del contesto costituzionale che soltanto una nuova Costituente potrebbe affrontare. A cominciare dall’abolizione di una delle due Camere». «Non era mai accaduto che un fatto del genere avvenisse in Italia; bisogna risalire alla legge Acerbo di mussoliniana memoria».

7 gennaio 2016: «Esiste il rischio che il populismo inquina anche il PD? Questo sì, quel rischio esiste, anzi se vogliamo dire tutta la verità quel rischio si è già in parte verificato, la Leopolda renziana è pieno populismo». «Renzi ha l’intonazione populista. Non è un insulto ma una constatazione». «Il risultato per Renzi è scontato: vincerà, i no saranno assai meno dei sì». «Personalmente voterò no perché sono contrario alla riforma del Senato».

3 aprile 2016: «Ho più volte criticato questa tendenza autoritaria, connessa anche ad una riforma elettorale maggioritaria e ad una riforma costituzionale di trasformazione-abolizione del Senato».

17 aprile 2016: «Se vogliamo entrare nel contesto della legge in questione per il poco che conta dichiaro che io voterò “no” per vari motivi. Anzitutto il Senato viene privato di tutti i suoi poteri legislativi». «Quanto al resto, il Senato di fatto è inesistente». «Così come è stata concepita e approvata quella legge non soddisfa affatto i requisiti oggettivi; il risultato politico sancisce dunque di fatto una schiacciante presenza del potere Esecutivo rispetto a quello Legislativo, sicché il capo del governo comanda da solo».

11 maggio 2016: «Questa situazione Renzi la conosce bene e quindi la sta affrontando con l'abilità che deve essergli ampiamente riconosciuta. Domenica sera l'ha esibita in una trasmissione su RAI3, “Che tempo che fa” di Fabio Fazio. È stato bravissimo e credo abbia convinto molte persone incerte su come votare». «Non c'è che dire, è bravo, ha un carisma che eguaglia e forse supera quello che ebbe Craxi ai suoi tempi». «Comunque Renzi è bravo e allo stato dei fatti non sembra avere alternative. Vuole il comando; ebbene così sia. Vuole comandare da solo, e così sia». «Renzi – lo ripeto con verità e senza ironia – ha carisma e l'intelligenza di saperlo usare. Quindi così sia. Ma, secondo il mio personale punto di vista, così sia soltanto ad alcune condizioni. 1. Modificare la pessima legge elettorale già esistente e adottare invece quella di De Gasperi del 1953, fondata sul sistema proporzionale. 2. Ammettere l'apparentamento tra varie liste, cioè un'alleanza pre-elettorale. 3. Introdurre un premio previsto ad una maggioranza che ottenga un voto del 50 per cento più uno. Una maggioranza talmente esigua da rischiare l'ingovernabilità. Il premio dovrebbe arrivare al massimo ai 55 seggi ottenuti dai partiti

che hanno vinto». «Questi contenuti della legge elettorale vanno emendati prima del voto referendario. Quando non ci fosse il tempo procedurale (ma c'è) si dovrebbe varare un documento ufficiale che s'impegni a modificarla nei modi suddetti e venga recapitato ufficialmente a tutte le Alte Autorità dello Stato in modo da evitare che l'impegno assunto sia tradito».

22 maggio 2016: «E poi c'è il referendum. L'appuntamento è decisivo. Se Renzi vince sarà padrone, se perde si apre uno scenario nuovo sul quale è molto difficile fare previsioni. Personalmente – l'ho già detto e scritto – voterò “No”, ma non tanto per le domande del referendum quanto per la legge elettorale che gli è strettissimamente connessa. Se Renzi cambia quella legge (personalmente ho suggerito quella di De Gasperi del 1953) voterò “Sì”, altrimenti “No”. E immagino che siano molti a votare in questo stesso modo». «Pensaci bene, caro Matteo; se anche vincessi per il rotto della cuffia sarai, come ho già detto, un padrone. Ma i padroni corrono rischi politici tremendi e farai una vita d'inferno, tu e il nostro Paese».

25 maggio 2016: «E poi c'è il referendum, quello che può rischiare di trasformarsi in un Renxit. Si può rischiare un pericolo simile? Io personalmente [...] voterò “No”. Lo faccio perché trovo inaccettabile per la democrazia italiana l'attuale legge elettorale».

9 ottobre 2016: «Desidero subito chiarire un punto: io non sono contrario al referendum per ciò che contiene e che in sostanza consiste nell'abolizione del bicameralismo perfetto. Esso esiste già in quasi tutti i Paesi democratici dell'Occidente, rappresenta un elemento a favore della stabilità governativa che non significa necessariamente autoritarismo: può significarlo però se la legge elettorale è fatta in modo da conferirgli questa fisionomia. Ragion per cui mi sembra

onesto dichiarare fin d'ora quale sarà il mio voto al referendum». «Se il governo cambierà prima del 4 dicembre alcuni punti sostanziali della legge elettorale o quanto meno presenterà alla Camera e al Senato una legge elettorale adeguata che sarà poi approvata dopo il referendum, voterò “Sì”; se invece questo non avverrà o se eventuali modifiche a quella legge saranno di pura facciata, allora voterò “No”».

16 ottobre 2016: «Se vincessi il “No” la sua carriera politica sarebbe finita, questo è certo, sia come presidente del Consiglio sia come segretario del partito». «Sarebbe un danno o un vantaggio per l'Italia? La risposta a questa domanda non rientra nei ferri del mio mestiere, è un giudizio personale d'un cittadino che con la politica ha una certa familiarità, perciò dico questo: un nuovo segretario non porterebbe alcun danno al partito; un nuovo capo di governo probabilmente sì, soprattutto a livello europeo». «La mia risposta, credo oggettiva, è stata di mettere l'accento sulla legge elettorale che a mio avviso va profondamente cambiata per evitare un ballottaggio che oggi in un sistema non più bipolare ma tripolare, darebbe probabilmente forti *chance* di vittoria ai Cinquestelle e comunque, così come è fatta, darebbe allo stesso Renzi poteri maggiori di quelli che già possiede». «Lui [Renzi] ha capito – mi ha detto – che deve modificare la legge elettorale vigente [...] con tre limiti però: 1. Pubblicamente, e cioè in Parlamento. Verrà deliberato che l'Italicum sarà modificato, ma il contenuto specifico sarà reso noto e discusso dopo il voto referendario del 4 dicembre e dopo la sentenza della Corte costituzionale che entro dicembre sarà resa nota. 2. Il premio di maggioranza non si tocca [...]. 3. Il ballottaggio non si tocca neppure quello».

23 ottobre 2016: «Recentemente però Renzi si è reso conto che la ricerca del consenso deve avere come solida base non alcune regole

pro tempore, ma una politica antirecessiva e quindi le ha in qualche modo modificate. Siamo ancora lontani dal 10 e lode, ma una sufficienza l'ha meritata. Speriamo che in un prossimo futuro dal 6 raggiunga almeno l'8 su dieci». «Qualora però il Parlamento provenisse da una legge elettorale sostanzialmente favorevole al governo in carica al momento del voto, allora diventerebbe lo sgabello per un governo e soprattutto per il suo premier con tendenze autoritarie». «Renzi fino a poco tempo fa ha del tutto ignorato, anzi ha negato che l'Italicum abbia questi difetti. Vuole la lista unica, vuole il premio di maggioranza, vuole il ballottaggio».

13 novembre 2016: «Hanno lavorato per quasi un mese e dopo lunghe discussioni hanno raggiunto un progetto comune. Il progetto [...] è stato sottoposto a Renzi e da lui approvato. Ne dette notizia qualche giorno fa nel corso di un discorso comiziale in favore dei “Sì” referendari, leggendo anche il comunicato che i Cinque avevano stilato. Dopo quella sua pubblica adesione alla riforma elettorale proposta dai Cinque non ne ha più parlato. Sembra che a questo punto che la sua adesione ci sia stata, ma poi l'ha mandata in soffitta. È un grave errore al quale ci auguriamo ponga riparo al più presto». «Personalmente non sono né di sentimenti renziani né antirenziani, ma mi rendo conto che se il premier fosse costretto alle dimissioni a causa di un “No” vincente, si aprirebbe un periodo di estrema difficoltà per il nostro Paese con una netta diminuzione della governabilità e una instabilità in Europa».

1 dicembre 2016: «Questo è l'esercito del “No”. Caro Zagrebelsky, sei con una pessima compagnia e dovresti forse riflettere un momento, anche se so che non lo farai». «Amici che votate “No”, c'è tra le tante una ragione profondamente ideale, un valore concreto che vi ricordo: il Manifesto scritto a Ventotene, dove erano al

confino fascista, da Altiero Spinelli, Ernesto Rossi ed Eugenio Colorni: gli Stati Uniti di Europa. La bandiera di Ventotene la porterete tra la gente di Brunetta, di Salvini e di Grillo? Ci avete pensato e avete deciso di chiudere gli occhi e di marciare al buio verso il nulla con l'unica intenzione di mandare Renzi in soffitta?»

4 dicembre 2016: «L'articolo di Mario Calabresi e quello di Stefano Folli usciti su questo giornale inquadrano perfettamente la crisi che l'Italia sta attraversando, una crisi epocale che ha colpito perfino l'America». «La crisi italiana aggiunge una sorta di disfacimento all'analoga crisi europea, il peggio si aggiunge al peggio. Il tutto è esploso con questo referendum che abbiamo tra i piedi». «Il quesito che oggi stiamo votando si riassume nell'abolizione del bicameralismo perfetto e quindi nell'instaurazione di un regime monocamerale». «Se vogliamo prenderci la briga di vedere com'è la situazione nel Paese dove è nata storicamente la democrazia e cioè l'Inghilterra». «Sono tanti anni che il tema è all'ordine dell'attenzione politica, [...] Renzi c'è infine riuscito a farlo, questo merito gli va riconosciuto».

11 dicembre 2016: «Io per esempio ho deciso di votare "Sì"». «Il presidente Mattarella dovrebbe cercare di convincere Renzi ad un reincarico per un governo nella pienezza delle sue funzioni». «Nel 2018 la legislatura sarà terminata, ma i compiti di uno statista no. Fammi sognare che tra alcuni giorni somiglierai in vesti moderne a quello che furono un secolo e mezzo fa Cavour e Garibaldi: la guida politica e lo spirito rivoluzionario».

POSTILLA

Il testo qui pubblicato riproduce con sostanziali modifiche il *Libro blu. Sullo stato della democrazia dei media, proposte per una politica riformatrice* che fu alla base della costituzione della “Società Pannunzio per la libertà d’informazione”, 2009. A sua volta il *Libro blu* era ricavato da *Le voci del padrone. Saggio di liberalismo applicato alla servitù dei media*, Edizioni Dedalo, 2006, dove la trattazione ovviamente è più ampia e argomentata. Una prima versione dello Statuto dei diritti dei lettori fu presentata in un convegno della “Società Pannunzio” relativo a questo argomento, tenutosi nel 2010. La “Società Pannunzio per la libertà d’informazione” fu fondata tra coloro che avevano a cuore le sorti di quella che Kant definiva «libertà di penna». La Società si ispira alla “Société des Amis de la liberté et de la presse” che sorse in Francia nel novembre del 1817. Vi aderirono personaggi come Benjamin Constant, Achille de Broglie, Paul-Louis Courier, e Jean-Baptiste Say che, con un’attività frenetica fatta di appelli, petizioni, lettere e sottoscrizioni per pagare le multe con cui erano penalizzati i giornali d’opposizione, seppero influenzare la riforma della legislazione francese sulla stampa. Quell’esperienza fu storicamente importante perché, per la prima volta, alcuni cittadini si organizzarono in un’associazione per battersi sul tema della libertà dell’espressione del pensiero, dimostrando di comprendere che quella era un’epoca – com’è anche l’attuale – in cui tale libertà assumeva un rilievo strategico.

La “Pannunzio” fa anche riferimento esplicito alle battaglie civili condotte da “Il Mondo” e dal suo direttore, nonché dal “Movimento Salvemini”.

INDICE

7	PREMESSA DAI DECENNI BUI ALL'ETÀ DELLA DEMAGOGIA
7	LA RESA DEI CONTI
9	LA NORMALITÀ E LA SFACCIATAGGINE
10	LA TERZA REPUBBLICA
12	LA LINGUA TAGLIATA
14	LA RETORICA BUONISTA
15	COCCIUTAMENTE PER LE RIFORME
16	MIO DIO, COME SEI CADUTA IN BASSO!
18	UNA CRISI PRESSOCHÉ IRREVERSIBILE E STRUTTURALE
20	I DIRETTORI KAPÒ
22	DA “WATCHDOG” A “FIGHTING DOG”
24	E GLI ALTRI?
27	SULLO STATO DELLA LIBERTÀ DEI MEDIA E LA LORO RIFORMA
27	1. NERO SU NERO
30	2. I MEDIA NON SONO LIBERI
31	3. NON C'È DEMOCRAZIA SENZA INFORMAZIONE INDI- PENDENTE
33	4. OPINIONE PUBBLICA E PROPAGANDA
34	5. RILEVANZA E RIVOLUZIONE DEI NUOVI MEDIA
36	6. CITTADINI, LETTORI, CONSUMATORI

38	7. LA PALUDE CONFORMISTA
41	8. CINQUE CRITERI PER LA RIFORMA DEI MEDIA
41	9. I TRE POTERI DELLA “SFERA PUBBLICA”: UN NUOVO SEPARATISMO
43	10. I COMPITI DI GARANZIA DI UNO STATO NEUTRALE
45	11. UN MODELLO PER LA LIBERTÀ ‘INFORMAZIONE’. PREMESSA
47	12. LA RILEVANZA PUBBLICA DELL’INFORMAZIONE
48	13. LE DIFFICOLTÀ DEL MODELLO, POSSIBILI SOLUZIONI
53	14. LA SOLUZIONE B : IL <i>MOTU PROPRIO</i>
55	15. CHE FARE?
58	16. LO “STATUTO DEI DIRITTI DEI LETTORI” E LA CORPORAZIONE DEI GIORNALISTI
63	I DIRITTI DEI LETTORI
67	UNA POLITICA RIFORMATRICE
68	LA NECESSITÀ DI UNO STATUTO
70	MA QUALI DIRITTI?
79	LO STATUTO DEI LETTORI
97	L’INFORMAZIONE E LE SUE GARANZIE DI LUIGI FERRAJOLI
115	I MEDIA E LA SOVRANITÀ POPOLARE DI STEFANO RODOTÀ

127 IERI IN FRANCIA, OGGI IN ITALIA. DA “LE
MONITEUR” A SCALFARI

135 POSTILLA

BIBLION
edizioni

Publicato nel mese di ottobre 2020