

George Russel

(Executive Director, Fox News - USA)

L'importanza della stampa negli Usa è fondata sul primo emendamento, che stabilisce la separazione istituzionale fra stampa e Stato. Altrettanto importante è la decentralizzazione politica e culturale degli Usa (paese federale e multirazziale), che a sua volta si riflette sulla stampa. Fino al 1920 infatti non c'era una stampa nazionale e oggi il quotidiano nazionale N.Y. Times diffonde un milione di copie su una popolazione di 300 milioni di abitanti; anche i network televisivi sono in realtà federazioni di tv locali indipendenti. Quindi nei media Usa la decentralizzazione è maggiore rispetto alla concentrazione della proprietà. I giganti dei mass media che uniscono informazione e entertainment, nati negli anni ottanta (Time Warner, Viacom, Disney, News Corporation), all'inizio parlavano di integrazione verticale e di sinergie, ma su questo fronte hanno fallito. Time Warner ha perso centinaia di miliardi e altre conglomerate stanno rivedendo il loro assetto. In realtà non erano veramente focalizzati sull'integrazione verticale, ma miravano ad una integrazione orizzontale fra informazione e produzione-distribuzione di entertainment, che è ciò che li ha fatti guadagnare. Alcune di queste società negli ultimi cinque anni hanno infatti ridimensionato le loro ambizioni.

La caratteristica più importante della stampa americana non è tanto l'assetto proprietario, quindi, quanto la relativa indipendenza. Non c'è commistione tra informazione e entertainment. Ma paradossalmente l'influenza dei media si sta indebolendo. E' un trend che negli ultimi 15 anni è misurato dal calo dell'audience dei principali produttori di informazione. I canali tv di news sono scesi di un terzo, i giornali e i magazine da 20 anni stanno riducendo la diffusione in modo stabile. Il grande vincitore è sicuramente Internet, che negli Usa influenza 164 milioni di persone. La quota di utenti internet che legge le news online è passata dal 6% del 1999 al 24% attuale. E' importante sottolineare che le notizie sono sempre le stesse, ma è cambiato il mezzo (molte notizie trasmesse online provengono da giornali, magazine, tv), producendo alcuni effetti rilevanti. Il primo è che Internet sta riducendo non solo i costi ma anche il prezzo dell'informazione (la maggiore diffusione delle notizie non ha prodotto maggiori ricavi per chi produce informazione). Inoltre Internet ha cambiato il rapporto di forza tra chi produce informazione e chi la consuma: non sono più giornali o le tv a selezionare le notizie, ma è internet, cioè gli stessi utenti che, tramite i nuovi media come Google News, possono personalizzare l'informazione aggiornandola ora per ora. Internet quindi minaccia direttamente il potere dei proprietari dei media tradizionali da un lato e dei politici dall'altro. Questi ultimi infatti dipendono sempre più dai media e vedono aumentare i costi delle campagne elettorali che, in assenza di sussidi statali, negli Usa sono il modo per finanziare indirettamente i media. Ma la frammentazione dei mezzi di informazione ha ridotto l'impatto della spesa, per cui sia i politici che i media stanno per entrare in una crisi industriale.