

Maurizio Belpietro

(Direttore, Il Giornale)

L'incidenza dei gadget sui bilanci dei quotidiani arriva ormai a circa il 20% del fatturato complessivo. E' un'incidenza rilevante ma questo è anche un modo per fronteggiare il problema del calo delle vendite e quindi dei conti di tutte le imprese editoriali.

Ma ci sono altri due aspetti da affrontare. Il primo, suggerito dal sondaggio, riguarda la credibilità dei quotidiani, o meglio la capacità dei giornalisti di essere ritenuti credibili. E' emblematico il caso del referendum sulla fecondazione assistita. I quotidiani e gli opinion maker si sono schierati quasi tutti a favore del sì, ma evidentemente c'è un problema di credibilità degli opinion maker se questi non sono stati in grado di influenzare in alcun modo l'esito del referendum. Direi anzi che forse non influenzano affatto gli andamenti elettorali in genere: ne avevamo avuto una prova con la nascita della Lega Nord, che è riuscita ad avanzare elettoralmente nonostante gli opinionisti avversassero questo partito e stampa e tv ne ignorassero le ragioni.

Quindi c'è un problema di credibilità e soprattutto c'è un problema di capacità di comunicare. Nella stampa italiana c'è sempre stata la pretesa di educare il lettore, c'è da sempre un atteggiamento di superiorità nei confronti del lettore perché il giornalista viene visto come una sorta di pedagogista. Questo atteggiamento deriva probabilmente dalla tradizione ottocentesca della stampa italiana, una tradizione di stampa di opinione non di informazione (siamo infatti l'unico paese in cui i quotidiani pubblicano i commenti in prima pagina, non nell'ultima come la maggior parte dei giornali stranieri), che andava bene in passato in una fase di bassa scolarizzazione dei lettori. Oggi la situazione è molto diversa: spesso i lettori sanno molte più cose dei giornalisti, i quali per definizione sono tuttologi, scrivono di ciò che non sanno e nella maggior parte dei casi questo si vede. C'è quindi anche un problema culturale che, secondo me, riguarda questa categoria professionale.

Il secondo aspetto su cui riflettere è invece l'indipendenza della stampa, ossia l'ingerenza della proprietà nei giornali. In effetti la maggior parte dei giornali è nelle mani delle banche o comunque di soggetti finanziari. C'è da chiedersi, per esempio, se della crisi Fiat o degli intrecci bancari che legavano alcune industrie in difficoltà e poi fallite, nessuno si sia accorto oppure non si è potuto scrivere. Io credo che non si è potuto scrivere a causa degli intrecci azionari e anche per gli 'intrecci' pubblicitari. Il silenzio dei quotidiani è sicuramente un silenzio colpevole, imbarazzato. Oggi, come anche in passato, ci sono industrie e banche che minacciano di togliere la pubblicità ai quotidiani di fronte a qualsiasi inchiesta scomoda. E allora le inchieste si fanno soltanto su Ricucci, perché l'obiettivo è cercare di fermare qualcuno che è fuori dall'establishment.