

L'informazione

4 / Come cambia
il giornalismo

Serve un nuovo servizio pubblico per l'informazione

La libertà di stampa presuppone la diversità
e i giornali vanno difesi come si fa con la tv

Il dibattito
del Caffè su valore,
prospettive,
ruolo dei media
e il loro rapporto
con la politica
e i poteri

CHANTAL TAUXE *

I produttori di disinfettanti e le aziende di pulizia stanno approfittando della pandemia. Perché diavolo non può approfittarne anche la stampa? Anche lei ha guadagnato nuovi lettori. Le crisi hanno sempre dopato l'audience dei giornalisti. È iniziato con la rivoluzione francese che ha dato il la a molte pubblicazioni "militanti". L'ascesa della stampa è consustanziale alle rivendicazioni democratiche.

Questo collegamento subì una grande svolta con la guerra ispano-americana del 1898, che porterà all'indipendenza di Cuba. La stampa americana fece una campagna isterica per un intervento sull'isola sotto la dominazione spagnola. Spinse il governo americano a interrompere la sua politica estera isolazionista. Le copie dei giornali aumentarono, come i profitti dei loro proprietari. Il magnate della stampa William Randolph Hearst, che ispirerà il film *Citizen Kane* (Quarto potere) di Orson Welles, ottenne infine lo scoppio di una "splendida piccola guerra", per usare un'espressione dell'epoca, non senza ricorrere a notizie false.

Crisi e grandi eventi internazionali drammatici generano quindi un aumento delle vendite. Il Covid-19 ha risvegliato la sete di conoscenza del pubblico. Allora, perché le prospettive per le redazioni sono

così desolanti al punto che Berna ha decretato un aiuto d'urgenza e sta preparando sostegni a lungo termine?

di [Giancarlo Corbelli](#)

Il modello economico dei giornali, fondato sulla manna degli introiti pubblicitari, è crollato negli ultimi 20 anni. Nel periodo d'oro, la pubblicità finanziava fino all'80% il budget delle redazioni (il 100% per i gratuiti). Il prezzo pagato dai lettori non ha mai coperto i costi del lavoro giornalistico, della stampa e della distribuzione. Eravamo in una situazione di dumping, in cui tutti trovavano il loro tornaconto: i lettori si informavano a buon mercato, la pubblicità intercettava il pubblico per vendere i suoi prodotti.

Ma con l'emergere di Internet, la pubblicità è fuggita altrove, senza nessuna prova scientifica che la pubblicità virtuale incoraggi più della carta i consumatori a spendere ancora di più. Il "targeted advertising" (la pubblicità mirata), che si nutre dei nostri dati personali che lasciamo sui social network, è ormai un'attrattiva irresistibile agli

occhi degli inserzionisti.

Come conseguenza di ciò, i costi di produzione della stampa sono stati progressivamente tagliati, l'offerta giornalistica si è ridotta (meno pagine, meno giornalisti) e alcune testate sono state chiuse. E l'agonia continua alimentata dal virus che ha tagliato di netto i budget per la pubblicità delle aziende di un'economia che si è fermata per ragioni sanitarie. Neanche la più spettacolare ripresa economica potrà cambiare questo dato di fatto: la stampa svizzera non può più contare sulla pubblicità per prosperare.

Quando arrivarono la radio e la televisione, di fronte agli straordinari investimenti di cui avevano bisogno, lo Stato decise di sostenere finanziariamente le loro attività giornalistiche e di intrattenimento. E per questo motivo che paghiamo un canone, che ci assicura programmi prodotti nelle quattro lingue nazionali.

Siamo arrivati al punto che ciò

che è stato vero per decenni per l'audiovisivo dovrebbe diventare altrettanto vero per la stampa scritta. Dopo tutto, la stampa non è meno importante della televisione per la vitalità di una democrazia, soprattutto per un Paese federalista come il nostro, dove i cittadini devono farsi un'opinione per votare periodicamente su una miriade di proposte.

di [Giancarlo Corbelli](#)

L'aiuto alla stampa dovrebbe essere un sostegno al lavoro giornalistico rispettoso della deontologia professionale, qualunque sia il mezzo di diffusione. Perché un giornalista d'inchiesta che presenta il suo lavoro con delle immagini filmate merita di continuare a lavorare rispetto a quello che invece scrive un testo? Il digitale ha stravolto i canoni della stampa tradizionale, bisogna trarne le conseguenze, perché l'informazione affidabile ha un costo, qualunque sia il suo "vetore" e la sua messa in scena.

Se la stampa sta correndo un pericolo mortale, in Svizzera come altrove, non è solo per motivi economici. Sconta anche un problema di credibilità.

La stampa non è più autorevole. Per varie ragioni, tra cui la concorrenza dell'indomata e interminabile discussione sui social network che ruba il tempo e l'attenzione a chi prima leggeva i giornali. Ma anche per l'interesse troppo marcato per le facezie delle persone a detrimento di problemi e temi più complessi. Questa deriva nella gerarchia dell'informazione ha condotto a una personalizzazione delle questioni, che ha reso il dibattito pubblico oscuro e scoraggiante (se tutto dipende da un uomo o da una donna, a cosa serve votare, impegnarsi e informarsi?).

La stampa una volta era autorevole e temuta. Oggi è amata o odiata. Il potere economico e finanziario difficilmente tollera le do-

mande e le richieste di trasparenza. Si affida sempre più alle procedure giudiziarie per scongiurare il fastidio. I regimi autoritari censurano senza vergogna i giornalisti o li fanno sparire, perché non possono tollerare la minima opposizione, fondamentalmente incapaci di giustificare la legittimità delle loro azioni.

I populistici, che affermano di appartenere al popolo, aborriscono, disprezzano una società che invoca il bene comune, l'onestà intellettuale e la coerenza, per sventare le loro manipolazioni e i loro affari. Infine, i giornalisti della stampa scritta sono in balia dei grandi editori, che hanno dimenticato la loro iniziale vocazione, parlano di giornali come prodotti o marche e non fanno più caso a quella che una volta si chiamava responsabilità editoriale. Gli editori hanno finanziato l'espansione delle loro attività digitali grazie ai benefici del giornalismo, ma non c'è stato uno scambio positivo al contrario.

preoccupati di generare clic invece che informazioni pertinenti per la salute democratica, i giornalisti abbassano la testa. Si sono organizzati meglio per le inchieste internazionali, mettendo insieme le loro ricerche e giocando il loro ruolo di contropotere di fronte a tutti i poteri, qualunque essi siano. La loro funzione di "cani da guardia della democrazia" non è più compresa? Moltiplicano le iniziative per spiegarla e per difenderla. Stabilire onestamente i fatti, creare collegamenti, mettere in discussione, contestualizzare, cercare il difetto, praticare il dubbio costruttivo, mostrare ciò che certi vorrebbero nascondere, denunciare le ingiustizie, queste sono le nobili missioni dei giornalisti.

Non c'è libertà per gli individui senza la libertà di stampa e dunque senza questi oppositori di fusa beate che sono i giornalisti. La libertà di stampa presuppone la diversità dei punti di vista e d'opinione. È un'arte della contraddizione necessaria alla democrazia. Ma quanti saranno in futuro coloro che potranno beneficiarne? Il privilegio di essere ben informati sarà riservato a qualche élite o resterà accessibile a tutti grazie a una nuova definizione di servizio pubblico? La posta in gioco va oltre a quella dei giornalisti malmenati economicamente, è una questione di civiltà. * Giornalista

(4 - continua)

CHANTAL TAUXE

Giornalista, 58 anni, ha lavorato a 24 Heures, Le Matin, l'Illustré e L'Hebdo, di cui è stata vicedirettore. È tra i fondatori del gruppo multimediale <https://bonpourlatete.com/>

IL COMMENTO

VERSO LA FINE DEL DIRITTO-DOVERE DI INFORMAZIONE

LEO ALBERTI - LUIGI G. MASTRO

segue a pagina 1

È un articolo che si trova in un numero di libertà di stampa. È un articolo che si trova in un numero di libertà di stampa. È un articolo che si trova in un numero di libertà di stampa.

IL COMMENTO

In un commento del 17 maggio il Caffè ha aperto un dibattito sul diritto-dovere di informazione. Il primo intervento (nell'edizione del 14 giugno) è stato quello dello scrittore Arnaldo Alberti, seguito (il 21 giugno) da Gerhard Lob, corrispondente per varie testate della Svizzera tedesca. Nella scorsa edizione è invece intervenuto Enrico Morresi, già presidente della Fondazione del Consiglio svizzero della stampa

1 - 05/07/2020 - 05/07/2020

Pertanto, rassegnati all'ineluttabile declino della loro professione,