

“ Il governo italiano ha varato un fondo di 20 milioni per i prepensionamenti nei giornali in stato di crisi

Sono quattrocentomila le copie di giornale che nessuno compra più la pubblicità è diminuita del 25 %

## Intervista a Enrico Finzi

# «Piegarli i giornali alla pubblicità li ha resi meno appetibili per i lettori e per la stessa pubblicità»

**È una crisi** che viene da lontano e da noi è più grave perché il giornale non è il core business degli editori, più interessati al rapporto con la politica

**LUIGINA VENTURELLI**

MILANO  
lventurelli@unita.it



**P**rima brutta notizia: «La crisi dell'editoria è seria e strutturale. Tra licenziamenti di giornalisti e chiusure di testate, il breve periodo sarà un disastro». Seconda brutta notizia: «La situazione italiana è più grave di quella internazionale, perché nessun altro Paese ha subito un simile tracollo del livello culturale di massa». L'analisi del sociologo Enrico Finzi fa venire i brividi. Per la durezza con cui esamina gli affanni della carta stampata ma, soprattutto, per la chiarezza con cui dipinge la desolazione del panorama nazionale. C'è una speranza. Almeno nel lungo periodo: «Ora sono dolori, ma sono i dolori del parto. Precedono la nascita di una nuova fase e, si spera, di una profonda riforma morale e civile del Paese». **Siamo all'agonia della carta stampata?** «Il momento va affrontato con lucido pessimismo, questa non è una crisi congiunturale legata al crollo della finanza internazionale. Le difficoltà

che i quotidiani stanno attraversando in tutto il mondo vengono da lontano. In Italia, in particolare, sono dovute all'invecchiamento del lettore, con la progressiva presa di distanze dei giovani sotto i 30-35 anni, e alla continua perdita di autorevolezza».

### Come si è arrivati a questo punto?

«La causa principale è la scarsa qualità degli editori nazionali. In Italia non ne esistono di professionali e l'approccio al quotidiano è sempre di natura strumentale: il giornale non è core business ma collateral business, è un'impresa da cui staccare dividendi politici. Questo, purtroppo ha abbassato la qualità e autorevolezza del prodotto offerto ai lettori. Un processo inevitabile, perché il quotidiano è un mezzo elitario in Italia, dove non esiste la tradizione dei popolari come il *Sun* in Inghilterra o il *Bild* in Germania».

### Tutta colpa della cattiva gestione degli editori?

«In buona parte. Piegarli i giornali alle esigenze della pubblicità li hanno resi meno appetibili per la pubblicità stessa».

### E l'avvento di internet che parte ha in questo dramma?

«È da una quindicina d'anni che si è capito che il quotidiano non funziona più da solo, ma richiede la formazione di aziende editoriali di contenuti da fornire su carta, cellulari, internet e nuovi media in generale. Editori lungimiranti avrebbero iniziato a predisporre questo cambiamento tempo fa, invece è stato fatto molto poco e pure in ritardo».

### Le sue previsioni per la stampa italiana sono dunque funeste?

«Nel breve periodo sarà un disastro, ci saranno licenziamenti, fallimenti e chiusure di testate. Purtroppo i quotidiani italiani, che già partivano più deboli di quelli stranieri per antiche ragioni di povertà e analfabetismo, adesso devono scontare anche un tracollo del livello culturale di massa che nessun altro paese ha conosciuto nella propria storia recente, a causa della gigantesca campagna di diseducazione condotta da una televisione a basso contenuto razionale e intellettuale».

### E nel lungo periodo?

«La nuova era dell'editoria vedrà la nascita di moltissimi quotidiani diversi, ognuno destinato a servire fette straordinariamente sottili e dettagliate dell'universo territoriale e sociale. Le innovazioni tecnologiche consentiranno di avere quotidiani con bilanci in attivo anche con 5mila o 10mila copie vendute. Si potrebbe fare, ad esempio, un quotidiano diverso per ognuna della venti correnti interne al Pd o per ogni federazione territoriale del partito. Già adesso i giornali nazionali reggono grazie ai fondi locali».

### Non tutto è perduto, dunque.

«La richiesta d'informazione sarà sempre maggiore, la marea di notizie che viaggia su internet richiederà sempre più professionisti d'alto livello per la selezione, il commento e soprattutto il reporting diretto. Chissà che anche in Italia non si arrivi ad una profonda riforma morale, civile e culturale del Paese». ♦

## Notizie online? Sì, ma non per tutti In Italia il 66% non accede alla Rete

**LUCA LANDÒ**

ROMA  
llando@unita.it



Un santo s'aggira per la Rete. È quello che 2000 anni fa disse «a chi ha verrà dato e a chi non ha verrà tolto», frase lapidaria che ha ispirato milioni di fedeli ma anche alcuni studiosi che dal 1981 riflettono sul «principio di San Matteo» elaborato dal sociologo Robert Merton. Nato per raccontare quel che accade nel mondo della ricerca (gli scienziati famosi ricevono sempre più riconoscimenti mentre chi è sconosciuto non riceve nulla) il principio funziona alla perfezione nel pianeta Web: chi naviga sarà sempre più inserito nella società e chi non lo farà sarà sempre più escluso. È qui, nel principio di

San Matteo, che si rivela il paradosso Internet: mezzo di comunicazione di massa ma non troppo. O, se preferiamo, per molti ma non per tutti.

Certo, se vivessimo in Svezia o Finlandia (ma anche Olanda) dove l'80% delle famiglie ha la connessione internet da casa, il discorso sarebbe diverso. Il guaio è che in Italia le famiglie collegate sono il 43% del totale e la banda larga entra solo nel 25% delle case contro il 46% dell'Europa. Se dalle famiglie passiamo ai cittadini, le percentuali diventano impressionanti: il 66,6% degli italiani non si collega mai («disconnessi») a fronte di un 17,7% che lo fa qualche giorno la settimana («intermittenti») e di un 15,7% di «internauti» che in rete praticamente vive, mangia e dorme.

L'Italia insomma non è un Paese online. O me-

glio, lo è solo in parte. E questo, dal punto di vista del «santo principio» è una catastrofe. Lo spiega Sara Bentivegna nel suo «Diseguaglianze digitali» (Laterza). Bentivegna, che insegna Teorie delle comunicazioni di massa alla Sapienza di Roma, non ha dubbi: se non ci muoviamo in fretta (a connetterci tutti) rischiamo di spaccare in due il Paese allineando da una parte i «connessi» e dall'altra gli «esclusi».

A peggiorare le cose ecco la crisi dei giornali e l'infausta profezia secondo la quale, prima o poi, i fogli stampati lasceranno il posto ai video illuminati. Dalla carta a internet, insomma. Con tanti saluti al diritto di informazione che anima l'articolo 21 della Carta. Perché se oggi tutti possono scendere in edicola per tenersi informati, quando i giornali spariranno le cose saranno più complicate. E l'analfabetismo digitale (non saper usare il computer) si trasformerà ben presto in analfabetismo sociale: solo chi «smanetta» potrà conoscere quel che accade nel Paese e nel mondo. Certo, ci sarà sempre la tv. Ma questo, lo sappiamo, è un altro discorso. ♦