

---

# per la libertà d'informazione

## società pannunzio

---

supplemento a Critica Liberale  
edizioni Dedalo

nn. 160-161  
febbraio-marzo 2009

---

**I** lettori conoscono bene la nostra tensione verso la libertà d'informazione. Lo dimostriamo ogni mese pubblicando da anni, senza alcuno scopo di lucro né redazionale né dei nostri autori, un giornale che forse non ha uguali in Italia per un disinteresse così duraturo. "Non avere padroni". Questo è l'esergo di Critica liberale. E gli siamo stati fedeli per decenni. E per padroni non si intende qui solo proprietari economici, ma anche clan, partiti, protezioni, chiese. Sempre in mare aperto, abbiamo subito molte burrasche, ma nessuno ci ha mai potuto condizionare e la mano è rimasta ferma sulla barra del dubbio e della libertà di critica. La nostra libertà era ed è strutturale. In queste condizioni potevamo crescere soltanto nella considerazione dei più attenti, ma certamente il guscio di noce rimaneva condannato alla semiclandestinità. Il mondo segue altre regole. Nel frattempo abbiamo visto liberali diventare clericali, comunisti trasformarsi in fondamentalisti e reazionari, democratici chinare voluttuosamente la testa al nuovo padrone. I quotidiani hanno subito un'involuzione inimmaginabile anche pochi anni fa, la cultura è colata a picco, la scuola fa schifo, e gli opinion leaders quotidianamente insegnano l'asservimento, il cinismo, l'occultamento. I lettori non lo sanno, ma da noi si pubblica una minima parte di quanto accade nel mondo e persino nel nostro paese. Forse però lo intuiscono e si difendono allontanandosi sempre più dalle edicole. I direttori (a parte rarissime eccezioni) – per riprendere un'espressione che Paolo Sylos Labini ripeteva spesso negli ul-

timi tempi – non si sa come facciano a farsi la barba la mattina senza morire di vergogna davanti allo specchio. Ma ancora più pericoloso per loro sarebbe il sospetto di essere al massimo dei Missiroli o degli Ansaldo di serie C. Vi sono ancora giornalisti che cercano di fare il loro lavoro di testimoni della realtà, ma sono sempre meno. Sui giovani, ricattati come sono dal precariato, non si può far conto. Con sempre maggior frequenza vengono colti dal sospetto di prestarsi a un lavoro malfamato e destinato a soccombere prestissimo di fronte alle nuove tecnologie e a ruoli professionali completamente burocratizzati.

Certo, questo non è tempo di riforme. Con la complicità attiva dei cosiddetti avversari, la destra al potere si cura con leggi ad hoc il proprio monopolio informativo. E su questo monopolio fonda il suo potere. Sa bene che il controllo e la formazione con ogni mezzo dell'opinione pubblica sono il padre e la madre di ogni potere. Ma c'è di più. La crisi dell'informazione è strutturale. Non solo per la crisi economica ma per la consapevolezza che l'informazione tradizionale, così come è fatta ora, è destinata a perdere la gara con Internet. Anche gli editori alla fine capiranno che o restituiscono all'informazione il suo ruolo originario o le loro imprese sono destinate a scomparire. Perché inutili. Noi, riformatori impenitenti, ricuciamo concetti obsoleti come "indipendenza", "libertà", "vecchi e nuovi diritti". Sappiamo che la via par-

[e.m.]

»»» segue a pag. 14



# dichiarazione d'intenti

## 1. *essere consapevoli che i media non sono liberi*

Nella nuova era dei media la libertà d'informazione è garantita bene o male da Costituzioni e leggi, ma nella realtà i media sono manipolati, eterodiretti, conformisti. I giornalisti perdono il loro ruolo di testimoni della realtà e sono trasformati in canali di trasmissione di messaggi altrui. Il lettore, lo spettatore e l'ascoltatore sono ridotti a oggetti inconsapevoli e non sono titolari di alcun diritto. Ora i media si identificano sempre più con le loro proprietà.

## 2. *non c'è democrazia senza informazione indipendente*

Le democrazie occidentali non sono più tali se manca un requisito minimo di democrazia come un'informazione indipendente. Ora il gioco politico, soprattutto in Italia, è visibilmente truccato dalla manipolazione dell'opinione pubblica. Abbiamo tanto combattuto affinché le elezioni politiche fossero libere, bisogna cominciare a lottare affinché anche le opinioni siano libere, ovvero liberamente formate.

## 3. *i tre poteri della "sfera pubblica": per un nuovo separatismo*

Nelle società moderne la complessiva "sfera pubblica" è composta dall'*apparato politico e statale*, dal *potere economico* e dal *potere mediatico*. Questi tre poteri, invece d'essere separati, sono strettamente intrecciati. Bisognerebbe che diventassero consapevolezza di massa i guasti provocati dalla terribile distorsione causata dalla dipendenza delle forze politiche dai finanziamenti leciti e illeciti; i guasti generati dalla informazione eterodiretta da quegli stessi poteri economici e politici; i guasti provocati al mercato dalla burocrazia politica e dalla dipendenza dai finanziamenti pubblici.

## 4. *cittadini, lettori, consumatori*

Va fondato pressoché dal nulla il "diritto dei lettori", i quali ora sono senza difese sia in quanto *cittadini* (non viene garantita loro né la pluralità né l'indipendenza dell'informazione) sia in quanto *consumatori*. Eppure, come compratori di un bene, essi sono "consumatori" (peraltro di una merce

ben più delicata di altre, perché condiziona la salute mentale e democratica) e quindi dovrebbero acquisire almeno diritti analoghi a quelli che con fatica hanno gli acquirenti di un qualunque bene di consumo, in fatto di trasparenza, di non commistione di interessi, di non inquinamento della notizia.

## 5. *l'informazione nella rete*

Internet rappresenta il media più grande mai esistito, per le dimensioni del pubblico cui si rivolge, ed è caratterizzato dalla mancanza di una rigida separazione tra utenti e produttori di informazione: chiunque, in pochi click, ne legge e ne produce. L'informazione in Rete corre, dunque, lungo linee orizzontali che incrociano costantemente quelle verticali dei media tradizionali e che, proprio in quanto orizzontali, si sottraggono alle logiche e alle dinamiche di controllo che hanno, sin qui, impedito che stampa, radio e televisione svolgessero in modo libero il loro ruolo fondamentale in ogni Paese democratico: quello di creare attraverso il racconto libero ed indipendente dei fatti e della storia una coscienza civile nei cittadini, trasformandoli da soggetti passivi della democrazia a suoi protagonisti. Difendere la libertà di manifestazione del pensiero in Internet significa difendere questa speranza.

## 6. *una politica riformatrice*

Tra le emergenze democratiche va annoverata una vera riforma, legislativa e non, che costruisca *cinque condizioni strutturali* sia per garantire la libertà d'informazione sia per fondare i diritti dei lettori-consumatori:

- 1) sancire la rilevanza di primario interesse pubblico d'una informazione libera e indipendente, quale componente *necessaria* per l'esistenza di una democrazia politica;
- 2) prendere consapevolezza che la libertà d'informare può essere garantita esclusivamente da un effettivo pluralismo delle fonti;
- 3) perseguire una politica che si ponga come fine la massima separazione possibile tra i poteri della "sfera pubblica" e quindi anche tra il potere economico e quello mediatico;
- 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 che *tenda a realizzare progressivamente il principio separatista tra la proprietà del mezzo e la gestione giornalistica*, anche attraverso passi intermedi come la sterilizzazione del controllo proprietario sui contenuti informativi;
- 5) considerare basilare la presenza del lettore-consumatore tra i protagonisti della comunicazione.

# sullo stato della libertà dei media

## proposte per una politica riformatrice

### 1. essere consapevoli che 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 libertà formale 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, svigorita. 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 le improbabili notizie televisive che gli si accavallano nella mente in un guazzabuglio di *fiction* e di *news*. Oggi, in Italia, nell'era berlusconiana la condizione dei media televisivi ha subito un vero tracollo: si è passati da una situazione oligopolistica a un monopolio quasi perfetto. Il controllo diretto della quasi totalità della Tv privata, quello indiretto della Tv pubblica, la proprietà di produzioni di *format*, il dominio del mercato pubblicitario, una posizione

dominante nell'editoria e tra gli istituti di sondaggio, si aggiungono al potere pubblico, lo puntellano, inquinano la formazione della volontà politica e manomettono i requisiti di base d'ogni democrazia. Al tavolo del gioco politico Berlusconi bara apertamente e, distorcendo la lotta politica in tutte le sue fasi fino al momento elettorale, riduce la democrazia a poco o nulla. Quasi tutti i suoi avversari o hanno una cultura democratica talmente scarsa che non avvertono il pericolo o con la loro ignavia se ne fanno complici.

Il cancro sopravvenuto non può farci dimenticare, però, che *ovunque* l'informazione – anche in condizioni di cosiddetta "normalità" – rappresenta il primo e più grave problema delle nostre democrazie.

### 2. non c'è democrazia senza informazione indipendente

Secondo Robert A. Dahl dei cinque criteri che contraddistinguono 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. Altri hanno sostenuto 3 che «offrire opportunità di crearsi una conoscenza chiara delle questioni pubbliche non è solo parte della definizione della democrazia, ne è un requisito *fondamentale*»<sup>1</sup>. 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 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 sem-

pre 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, che sempre più si è convinto 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»<sup>2</sup>.

Ora invece i media si identificano con le loro proprietà. E nessuno più crede ai giornali come portavoce dell’opinione pubblica quando ne sono soltanto uno strumento di deformazione.

### 3. *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 dal loro contenuto o dal loro fine. O dalle 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 po-

tere 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 piuttosto è tutto l’apparato informativo che sovente autonomamente si adegua e si uniforma.

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

### 4. *la rilevanza e la 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 (i 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<sup>3</sup>. 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 farla rispettare. Forse è antistorica e anti-scientifica un’attività antitrust che aggredisca l’integrazione di tipo verticale, cioè tendente a separare le varie forme che compongono l’esperienza. È im-

possibile 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*, cioè 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 il pubblico e il privato. La Destra confonde la "libertà" con le "mani assolutamente libere", anche se queste tendono alla concentrazione e all'opacità, e tendono 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 ancora macina 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. Come se 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 di "parte" sempre. 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 (basti pensare che non più di dieci portali gestiscono l'80% delle centinaia di milioni di accessi quotidiani a Internet) 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'ar-

gilla. 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 schiacciati. 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. Lo Stato deve sottolineare la sua neutralità e garantire l'effettivo pluralismo dell'informazione, come unico garante di un processo democratico non inquinato.

## 5. 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), 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, "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 si sono 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" e non migliora la leggibilità e la correttezza dei nostri giornali.

Piuttosto che combattersi in una guerra

tra straccioni, “il diritto di cronaca” e “la libertà a essere informati” si devono alleare e prendere coscienza che non c’è l’uno senza l’altra. E soprattutto 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* (non vien neppure preso in considerazione che, come compratori di un bene, essi sono “consumatori” e quindi dovrebbero acquisire almeno diritti analoghi a quelli che con fatica hanno gli acquirenti di un qualunque bene di consumo, in fatto di trasparenza, di non commistione di interessi, di non inquinamento della notizia).

### 6. *la palude conformista*

L’articolo 21 della nostra Costituzione sulla libertà di stampa è un bell’esempio di liberalismo. Assai rigido, e sulla 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. Però c’è 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 *effettivamente* per garantire 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 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, sono 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. La competizione tra “la carta stampata” e la comunicazione polverizzata su Internet è considerata inevitabile solo da chi ha dimenticato l’importanza che viene riconosciuta al vettore nei confronti del messaggio da trasmettere, e che vettori diversi svolgono ruoli differenti e insostituibili. La gara tra i due vettori ha esito scontato soltanto se dai media tradizionali *attuali* è condotta senza alcuna capacità di autotrasformazione e senza una forte sottolineatura sia della loro indipendenza sia della loro specificità sia del valore insostituibile della professionalità giornalistica. La cecità dei manager editoriali è evidente e li porterà a una resa senza condizioni, con grave danno del patrimonio informativo complessivo.

### 7. *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* sia per garantire la libertà d’informazione sia per fondare i diritti dei lettori-consumatori.

Per essere efficace, essa dovrebbe perseguire cinque criteri:

- 1 sancire la rilevanza di primario interesse pubblico d’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.

### 8. dai tre poteri dello stato ai 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 la 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, si può immaginare nelle società moderne 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 se stessi la loro forza. Ma il principio liberale del separatismo perlopiù è 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 “viziosa” 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 lo scenario per gli aspetti principali è tornato pre-stato moderno.

Il potere mediatico ha una forza enorme,

ma non possiede alcun grado di autonomia, è completamente imbrigliato, e le briglie sono nella 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 stretta 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 asserve reti televisive, si impadronisce di agenzie stampa, fino a qualche tempo fa gestiva – come Stato – persino 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. Anche i soggetti economici che non possiedono direttamente vettori mediatici controllano e si spartiscono quel “sovrappiù” condizionando i bilanci pubblicitari. 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 bisognerebbe che diventassero consapevoli 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 dall’informazione eterodiretta, i guasti provocati al mercato dalla burocrazia politica e dai finanziamenti pubblici.

### 9. 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 che, 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 sta-

tuto che garantisca totalmente, e renda autonomo e ben trasparente, proprio quel suo *surplus* di potere. L'Informazione deve mettere in 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 né la libertà d'impresa né 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»<sup>4</sup>. Tutte queste argomentazioni vogliono dimostrare che è possibile intervenire anche drasticamente con proposte che rimangono ugualmente tutte interne alla logica del *privato* e del mercato libero. Ci è, 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.

### 10. *un modello per la libertà d'informazione. premessa*

Il nostro modello 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 *mass 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 pub-

bliche 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 suo legittimo potere –legato al suo ruolo – e alla fine una qualche funzione, prima o poi, dovrà 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 e 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 nella patria del capitalismo più maturo, gli Usa, per esempio, si pose e si cercò di risolvere il problema della separazione tra finanza e industria, vuol dire che il principio separatista 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*.

### 11. *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 nella realtà, *fondamentale* e *clausola necessaria* 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 non fosse mitizzata, ma avesse *più* strumenti critici e fosse *meno* vittima e 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 che 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, in più subisce quelli della maggiore precarietà e della 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»<sup>5</sup>. 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.

## 12. le difficoltà che incontra il modello, possibili soluzioni

Adottando questo modello di liberalizzazione, la volontà politica riformatrice opere-

rebbe 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. 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 dichiaratamente tutto 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 d'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».

*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*»<sup>6</sup>. 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*; della *public company* 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 au-

*toferenziale* (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. E poi, come escludere addirittura 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 i 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 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 già completamente in demolizione con l'affermarsi di una pratica massiccia di lavoro nero, precario, a tempo determinato.

### 13. la soluzione b. *il motu proprio*

Ricordiamo che la storia ci insegna che proposte contro interessi costituiti che apparivano 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. Ugual destino toccherà alla pena di morte. Hanno conquistato i loro diritti le donne. 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, progetto che ora può 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 principi. 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 tra 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, perché 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»<sup>7</sup>. Sono passati quasi cento anni 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?»<sup>8</sup>. 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-gente” regalarono al giornalismo italiano una breve fase di grande dignità.

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 dei possessori di imprese editoriali a 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 A: 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, semmai collegando 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 degrado e dell'inattendibilità della comunicazione.

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 responsabilizzazione piena 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 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 14<sup>mo</sup> Rettore dell'Università locale, ecc.). 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 proporle), 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».

- b) la nomina di un "Garante dei lettori", scelto periodicamente dai lettori (per esempio, dagli abbonati) in una rosa di exgiornalisti 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.
- c) l'introduzione nel contratto giornalistico di norme deontologiche riguardanti sia i giornalisti sia l'amministrazione.

### 14. *i diritti dei lettori e la corporazione dei giornalisti*

Nessuno mai ha pensato a 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 garanzie 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 che egli crede di subire. Forse basterebbero poche regole per sanare i guasti più visibili:

- a) abolizione dell'obbligatorietà dell'Ordine dei giornalisti. Quindi, 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»<sup>9</sup>. Ovviamente a tutti i cittadini dovrebbe essere permesso 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). D'altronde, l'attuale Ordine obbligatorio non è in grado neppure di far osservare le minime norme deontologiche e sanzionare adeguatamente le irregolarità più vistose. Se vogliono conservarsi un proprio Ordine, i giornalisti devono saper rinunciare alla sua obbligatorietà e ai privilegi connessi.
- b) obbligo per ogni pubblicazione di un certo rilievo di dotarsi di uno Statuto che detti le regole di comportamento interno. Questo Statuto è reso pubblico e ogni sua violazione può essere sollevata in giudizio da parte del redattore e del lettore.
  - c) ugualmente, 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 comprendesse anche i giornalisti comunicatori.
  - d) divieto di assunzione nei giornali di giornalisti che negli ultimi tre anni hanno svolto attività in uffici stampa, agenzie di pubblicità, uffici di consulenza e di relazioni pubbliche. E viceversa, per il principio di reciprocità, divieto di assumere, in detti uffici, giornalisti che abbiano lavorato in una redazione durante gli ultimi tre anni. 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 di entrambe le categorie e con 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 periodi-

camente, 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 sul segreto professionale con una mano estende questo diritto ai giornalisti e con l'altra glielo toglie...
- j) forte attenuazione delle conseguenze civili e penali della "diffamazione" per mezzo stampa. Dal 1984 la Corte di Cassazione ha separato, in materia, il procedimento penale dal procedimento civile. Da quel momento gli italiani, dato che tengono moltissimo al loro onore, se lo restaurano in sede civile, chiedendo un risarcimento milionario e disinteressandosi di pretendere una condanna in sede penale. Si è reificato l'onore. Spesso le somme reclamate sono enormi e la richiesta ha il solo scopo d'intimidazione.

### 15. conclusioni. la nascita della "società pannunzio" per la libertà d'informazione

Abbiamo costituito la "Società Pannunzio per la libertà d'informazione", tra coloro che hanno a cuore le sorti di quella che Kant definiva "libertà di penna", e che intendono discutere ed avanzare progetti di riforma ispirati ai principi e ai criteri esposti in questo *Libro Blu*. La "Società Pannunzio" è un'associazione che non

ferma alla testimonianza delle idee, ma si impegna anche in azioni concrete di denuncia contro le violazioni continue, e ormai tollerate da tutti, della legislazione attuale. 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, 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 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 assumeva un rilievo strategico. Infatti si può notare come gli attentati alle libertà dei recenti nuovi vettori della comunicazione siano simili a quelli che subì ai suoi arbori l’informazione stampata. Il “Pannunzio” fa anche riferimento esplicito alle battaglie civili condotte dal “Mondo” e dal suo Direttore, nonché dal “Movimento Salvemini”. La “Società” è “partiticamente” non schierata e chiede l’adesione a quanti, cittadini europei, in tutto l’arco dello schieramento politico e ideale, sono preoccupati per le miserevoli condizioni dell’informazione. La “Società”, che si accresce per cooptazione e per adesioni di sostenitori, ha stabilito che la presenza di giornalisti non possa superare un terzo dei componenti, proprio per sottolineare che la sua azione è aliena da spirito corporativo e riguarda ogni cittadino consapevole.

Ugualmente, il “Pannunzio” non si limiterà all’analisi, al dibattito e alle proposte concrete, ma adotterà, in Italia e in Europa, tutti gli strumenti idonei a perseguire i suoi scopi di libertà<sup>10</sup>.

[enzo marzo]

### NOTE

<sup>1</sup> R.A. Dahl, *Sulla democrazia*, Laterza, Roma-Bari, 2000.

<sup>2</sup> G. Sartori, *Democrazia: cosa è*, Rizzoli, Milano, 2000.

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

<sup>4</sup> N. Irti, *L’ordine giuridico del mercato*, Laterza, Roma-Bari, 1998.

<sup>5</sup> F. Barca e altri, *Assetti proprietari e mercato delle imprese*, vol. I, il Mulino, Bologna, 1994.

<sup>6</sup> R. Perna, *Public company e democrazia societaria*, il Mulino, Bologna, 1998.

<sup>7</sup> L. Einaudi, *Il problema della stampa quotidiana* [1943], ora in *Giornali e giornalisti*, Sansoni, Firenze, 1974.

<sup>8</sup> *Ibidem*.

<sup>9</sup> L. Einaudi, *Albi di giornalisti* [1945], ora in *Giornali e giornalisti*, cit.

<sup>10</sup> Questo *Libro blu* è in larga parte ricavato da E. Marzo, *Le voci del padrone*, Edizioni Dedalo, Bari, 2006, dove la trattazione ovviamente è più argomentata e più ampia.

---

»»» segue da pag. 1

*lamentare è chiusa per chissà quanto tempo, ma ci sono pur sempre l’Europa, il mare magnum di Internet e il famoso giudice di Berlino. Per noi sarebbe già un successo se la società civile e quel che resta di buono nella cultura italiana riuscissero a far penetrare nell’agenda politica la questione “libertà d’informazione”. Se fosse riconosciuta come un problema su cui meditare ed agire.*

*La neocostituita “Società Pannunzio per la libertà d’informazione”, che sta coinvolgendo personalità, fondazioni, associazioni, testate giornalistiche, blog e siti internet, case editrici ecc., non si limiterà alle analisi, ma interverrà in tutte le sedi, anche in quella europea, per far rispettare le leggi attuali, molte delle quali disattese, e per affrontare i nodi delle proprietà editoriali, della pubblicità redazionale, dei finanziamenti. In una parola, dell’indipendenza dei media. Inoltre, cercheremo di fondare dal nulla i “diritti dei lettori”. Per questo motivo, i giornalisti nel Consiglio della Società non potranno superare il numero di un terzo dei membri complessivi. Non saranno accolti né politici né rappresentanti della nomenclatura sindacale giornalistica.*

*Amiche e amici, c’è bisogno di dirvi che per non rimanere seppelliti dal muro del silenzio c’è un’unica arma: la volontà di ciascuno di voi di creare opinione pubblica?*

[e.m.]

# la libertà nella rete in italia

## liberi di pensare, liberi di bloggare

**S**equestri di Blog, contestazioni per stampa clandestina, querele per diffamazione on-line seguite da cause risarcitorie a sei zeri ed arresti di blogger sono ormai entrati a far parte della cronaca quotidiana della Rete in Cina come nel nostro Paese, negli Stati Uniti come in Afghanistan.

Cosa sta accadendo? Perché tanta crescente attenzione e tanto rigore nei confronti di chi utilizza Internet per far sentir la sua voce, per far conoscere il proprio pensiero o, piuttosto, per aprire un dibattito su questioni politiche, economiche o sociali?

La libertà di manifestazione del pensiero non costituisce forse uno dei diritti inviolabili dell'uomo secondo la Dichiarazione universale dei diritti dell'uomo e del cittadino e le Carte Costituzionali di molti Paesi evoluti e, persino, di alcuni Paesi in via di sviluppo? Per rispondere a queste domande occorre partire da un presupposto inconfutabile: Internet è il più grande mezzo di comunicazione di massa della storia dell'umanità, e ciò sia in termini di destinatari dell'informazione, sia in termini di produttori di informazione anche perché le due categorie – nelle dinamiche dell'informazione online – coincidono perfettamente.

In Rete, chiunque, in pochi click, può trasformarsi da lettore distratto di una testata online, di un blog o di una bacheca elettronica in produttore di informazioni attraverso un blog, un commento, un annuncio o, piuttosto, una propria pagina web ed essere letto da un pubblico potenzialmente infinito e, comunque, migliaia di volte più ampio rispetto a quello dei lettori di quotidiani o degli spettatori dei TG nelle ore punta.

Le dimensioni planetarie del fenomeno costituiscono, certamente, una delle principali ragioni di un tanto acceso confronto tra chi utilizza internet per diffondere informazioni, i Governi e la Magistratura di molti Paesi.

Un post su un Blog ad alta visibilità può contribuire a formare o consolidare movimenti di opinioni, essere utilizzato per dar vita a manifestazioni e riempire piazze come insegnano la recente esperienza cinese o, piuttosto, la nostrana storia dei V-Days ma può anche servire per influenzare l'andamento di un mercato – basti pensare alle conseguenze di indiscrezioni

sull'uscita di un nuovo modello di telefonino – o per condizionare l'andamento di governi o il successo di uomini politici.

Tutto ciò non può non porre in allarme un sistema che, sino a ieri, era abituato – anche nei regimi tradizionalmente considerati democratici – ad avere il controllo pressoché assoluto dell'informazione.

Ma c'è di più. L'aspetto quantitativo non basta, infatti, a spiegare quanto sta accadendo.

Ogni giorno nascono in Rete nuove e multiformi soluzioni idonee a consentire a chiunque di dire la sua su un dato problema o, piuttosto, a trasformarsi in reporter d'assalto e a raccontare al mondo un suo viaggio, una sua esperienza o la vera storia di una guerra che si combatte in angoli remoti del pianeta.

I blog, gli UGC – User Generated Content – le bacheche elettroniche, le mailing list, i siti personali e, per finire, Citizen News – ultima creatura di casa Google che promette di trasformare chiunque in un giornalista – mettono a dura prova l'elasticità della disciplina della materia che è interamente costruita – nella più parte dei Paesi – su una profonda distinzione tra l'informazione “professionale” e quella “amatoriale”.

Un blogger, infatti, oggi, si rivolge ad un pubblico quantitativamente equivalente – ed anzi superiore – a quello cui si rivolge una testata giornalista cartacea o, piuttosto, televisiva e, ad analogo pubblico si rivolge chiunque posti un video su YouTube o, piuttosto, “firmi” un servizio per Citizen News.

Si tratta di un fenomeno senza precedenti che deve essere salutato con favore perché consente, oggi, per la prima volta nella storia dell'uomo, la piena attuazione di quella libertà di manifestazione del pensiero in relazione alla quale, solo qualche decennio fa, i Giudici della Corte Costituzionale erano costretti a scrivere che “che il diritto di libertà di diffusione del pensiero con qualsiasi mezzo, garantito dal primo comma dell'art. 21 Cost., non significa anche diritto di disporre di qualsiasi mezzo di diffusione del pensiero, ma soltanto diritto di diffondere il pensiero con i mezzi disponibili e in quanto disponibili (alla stessa maniera, ad es., che la libertà di domicilio non implica anche il diritto ad avere senz'altro un domicilio)”. Occorre, tuttavia, riconoscere che il progressivo ampliamento del po-

polo degli *informations makers* e, soprattutto, la circostanza che, oggi, tali soggetti dispongono di strumenti analoghi per potenzialità e forza di diffusione a quelli di cui dispongono i giornalisti di professione impone di rivedere e ripensare la disciplina sull'informazione nel suo complesso.

L'incapacità dei Governi della più parte dei Paesi di cogliere il senso della rivoluzione delle dinamiche dell'informazione in atto e di riscrivere la disciplina applicabile a tale materia, costituisce certamente una delle principali cause della stagione di grande tensione che stiamo vivendo. Nel regime tradizionale, infatti, la Legge, generalmente, accorda maggiori garanzie a editori e giornalisti professionisti rispetto a quelle riconosciute al semplice cittadino che voglia dire la sua, imponendo, tuttavia, ad un tempo, sulle spalle dei primi un regime di responsabilità per eventuali condotte illecite più rigoroso.

Tale "doppio binario" trovava fondamento – cinquant'anni fa, quando la disciplina sulla stampa tuttora in vigore ha visto la luce - in un presupposto la cui attualità nell'Era di Internet non appare affatto scontata: i media professionali godono di maggior credibilità e, soprattutto, raggiungono un più ampio pubblico rispetto a quello raggiungibile da un cittadino qualunque.

Tutto questo non è più, evidentemente, vero.

In tale contesto è naturale – ancorché non condivisibile – la tentazione – ma forse bisognerebbe parlare di tendenza – di Giudici ed Ordine a trattare un blogger come un giornalista o, piuttosto, un UGC come Youtube da editore.

Il punto è che un blog non è un giornale e un UGC non è un editore ma, sfortunatamente, questo non è scritto come dovrebbe nelle leggi vigenti nelle quali si fa fatica a trovare un adeguato inquadramento per i nuovi mezzi di informazione dell'era di Internet.

Il caso di Citizen News – il nuovo canale di informazione "non professionale" lanciato da YouTube – è sintomatico.

YouTube può esserne considerato editore e ritenuto, per ciò solo, soggetto alla vigente disciplina sull'editoria che gli imporrebbe, tra l'altro, di iscriversi presso il ROC – il Registro degli Operatori della Comunicazione – tenuto presso l'Agcom? YouTube può essere chiamato a rispondere per eventuali diffamazioni poste in essere attraverso video pubblicati dai propri utenti nel canale Citizen News?

Se si guarda alla direttiva sul commercio elettronico, la responsabilità dovrebbe essere di coloro che forniscono i contenuti. Ma siamo davvero sicuri che nessun giudice sia di altro avviso e ritenga che la questione debba essere regolata

dalla disciplina sulla Stampa il cui ambito di applicazione ha, ormai, abbracciato anche l'informazione televisiva?

La risposta all'applicabilità a Citizen News della nuova disciplina sull'editoria e, conseguentemente, di quella sulla Stampa condiziona, ovviamente, in modo importante anche la risposta a tale ulteriore dubbio.

Oggi YouTube – per porsi al riparo dalle contestazioni dei titolari dei diritti – adotta in relazione ai contenuti protetti da diritti d'autore tecnologie di *watermark* che sebbene all'inizio erano state accolte con un po' di scetticismo, sembra stiano dando degli ottimi risultati.

Accertare una violazione di altrui diritti di proprietà intellettuale è, tuttavia, assai più semplice che valutare l'effettiva sussistenza di una diffamazione.

Come si comporterà YouTube dinanzi alla notifica di chi assumesse di essere diffamato da un servizio in onda su Citizen News?

Rimuoverà senza ritardo i contenuti oggetto di contestazione o, per farlo, attenderà un ordine dell'autorità giudiziaria?

Nel primo caso il rischio è che Big G si ritroverà presto a mettere il bavaglio alla sua stessa creatura: chiunque, infatti, non voglia che certe verità vadano in giro per il mondo non dovrà far altro che scrivere ai gestori del Canale chiedendone la rimozione.

Nel secondo caso, invece, difficile credere che Citizen News non sarà ben presto destinatario di richieste risarcitorie milionarie da parte di chi sosterrà di esser stato diffamato da questa o quella notizia apparsa sul nuovo canale di YouTube e non esser neppure riuscito ad ottenerne la rimozione.

Analoghe considerazioni valgono per la disciplina della blogosfera come insegna la recente vicenda della quale è rimasto vittima lo Storico siciliano Carlo Ruta che si è visto contestare il reato di stampa clandestina per aver aggiornato con periodicità regolare il proprio blog senza, tuttavia, provvedere alla sua registrazione nel registro della Stampa tenuto presso il tribunale.

La decisione del Tribunale siciliano nel caso Ruta sancisce un principio importante che va ben al di là della singola vicenda e della pur grave condanna di un blogger: quello secondo cui anche i blog vanno registrati presso il registro della Stampa di cui alla Legge n. 47 del 1948 cui, negli ultimi cinquant'anni, è rimasta affidata la disciplina della materia nonostante gli importanti cambiamenti intervenuti nel mondo dell'informazione e della comunicazione.

L'art. 16 della citata legge, infatti, stabilisce a chiare lettere che "chiunque intraprenda la

pubblicazione di un giornale o altro periodico senza che sia stata eseguita la registrazione prescritta dall'art. 5, è punito con la reclusione fino a due anni o con la multa fino a lire 500.000".

L'art. 5 della stessa Legge, a sua volta, prevede che "Nessun giornale o periodico può essere pubblicato se non sia stato registrato presso la cancelleria del tribunale, nella cui circoscrizione la pubblicazione deve effettuarsi".

Sarebbe bello bollare la decisione dei Giudici del Tribunale di Modica come un classico errore giudiziario ma, a prescindere dal fatto che, per farlo, occorrerà leggere le motivazioni della Sentenza, bisogna, sfortunatamente, riconoscere che la tesi dell'equiparazione di un blog ai giornali e periodici è meno peregrina – norme di legge alla mano – di quanto l'esperienza suggerirebbe a ciascuno di noi.

Il comma 3 dell'art. 1 della bruttissima nuova legge sull'editoria (7 marzo 2001, n. 62), infatti, prevede che "al prodotto editoriale si applicano le disposizioni di cui all'articolo 2 della legge 8 febbraio 1948, n. 47" e che "il prodotto editoriale diffuso al pubblico con periodicità regolare e contraddistinto da una testata, costituente elemento identificativo del prodotto, è sottoposto, altresì, agli obblighi previsti dall'articolo 5 della medesima legge n. 47 del 1948".

Il primo comma della stessa Legge contiene una definizione di prodotto editoriale omnicomprensiva secondo la quale "per "prodotto editoriale", ai fini della presente legge, si intende il prodotto realizzato su supporto cartaceo, ivi compreso il libro, o su supporto informatico, destinato alla pubblicazione o, comunque, alla diffusione di informazioni presso il pubblico con ogni mezzo, anche elettronico, o attraverso la radiodiffusione sonora o televisiva, con esclusione dei prodotti discografici o cinematografici".

La nuova legge sull'editoria, dunque, prevede l'applicabilità dell'art. 2 della vecchia legge sulla stampa a tutti i siti internet destinati alla diffusione di informazioni e l'applicabilità altresì dell'art. 5 della stessa legge – quello appunto recante l'obbligo di registrazione presso i tribunali – dei soli siti internet destinati alla diffusione di informazioni contraddistinti da una testata e diffusi al pubblico con periodicità regolare.

Il quadro normativo è completato dalla disposizione contenuta al comma 3 dell'art. 7 del Decreto Legislativo n. 70 del 9 aprile 2003 attraverso il quale è stata data attuazione alla Direttiva sul commercio elettronico.

Secondo tale disposizione "la registrazione della testata editoriale telematica è obbligatoria esclusivamente per le attività per le quali i prestatori del servizio intendano avvalersi delle

provvidenze previste dalla legge 7 marzo 2001, n. 62".

Si tratta di una disposizione scritta in modo ambiguo e poco puntuale perché ha per oggetto un'entità – la "testata telematica" – diversa da quella oggetto della nuova disciplina sull'editoria – il "prodotto editoriale" – e perché fa generico riferimento ad una "registrazione" senza, tuttavia, chiarire se tale registrazione sia quella presso i Tribunali o, piuttosto, quella presso il ROC, Registro Unico degli Operatori della comunicazione.

La differenza non è di poco conto.

Se, infatti, la registrazione di cui all'art. 7 del D. Lgs. 70/2003 è quella prevista all'art. 5 della Legge sulla Stampa, i blogger italiani possono dormire sonni tranquilli e sentirsi liberi – anche laddove aggiornino quotidianamente i propri blog – di decidere se iscrivero o meno il proprio sito presso il registro della Stampa tenuto presso il Tribunale.

Se, invece, il riferimento dovesse intendersi come rivolto al ROC, la questione sarebbe diversa e gli autori di blog a contenuto informativo che postano con "periodicità regolare" si ritroverebbero soggetti all'obbligo di iscrizione di cui alla Legge sulla Stampa e, qualora non vi provvedano esposti al rischio di sentirsi contestare il reato di stampa clandestina per quanto assurdo ciò possa sembrare.

*Dura lex sed lex* e, per quanto sia difficile da accettare, l'attuale contesto normativo – caratterizzato da disposizioni ambigue e confuse varate da legislatori che hanno sempre manifestato scarso interesse per le questioni della Rete – legittima la magistratura a pervenire a conclusioni che, inesorabilmente, suonano censorie e contrarie all'esercizio, in Internet, della libertà di manifestazione del pensiero.

Ma c'è di più.

Mentre, infatti, un blogger – stante la possibile equiparazione del suo blog a giornali e periodici – rischia di vedersi contestare il reato di stampa clandestina, esso non può poi neppure fare affidamento sulle speciali garanzie che nel nostro Paese assistono la stampa: prima tra tutte l'insequestrabilità – se non in casi tassativamente individuati dalla legge – degli stampati.

I frequenti episodi di sequestro di interi blog a causa di un post sommariamente giudicato da qualcuno offensivo dell'altrui immagine, nome o reputazione, sono, infatti, sotto gli occhi di tutti.

A ciò si aggiunga che il blogger, qualora attraverso i suoi post diffami qualcuno, corre il rischio di vedersi contestata l'ipotesi aggravata del reato caratteristica di chi esercita professionalmente l'attività giornalistica.

Troppa confusione e troppe ambiguità: occorrono, con urgenza, leggi nuove che riordinino le previsioni di quelle vecchie (e meno vecchie) alla luce del mutato contesto dell'informazione in Rete senza imbrigliare chi vuol far sentire la sua voce e, ad un tempo, garantendo a tutti la certezza di poter chiedere giustizia nell'ipotesi in cui altri offendano la propria immagine o reputazione.

### *Libertà di manifestazione del pensiero e blogosfera*

1. Il proliferare di blog e dei loro autori/editori, i c.d. blogger, rappresenta, probabilmente uno dei tratti più caratteristici e rivoluzionari della nuova dimensione dell'informazione in Rete. Attraverso un blog – proprio o altrui – chiunque abbia accesso ad Internet attraverso pc o, persino, dispositivi mobili è posto in condizione di condividere informazioni o, più semplicemente, il proprio pensiero con un pubblico astrattamente ampio almeno quanto lo è la popolazione mondiale che parla o comprende la sua stessa lingua.

A ben vedere, anzi, grazie ai moderni software di traduzione on-line, i lettori di un post o di un commento su di un blog sono, almeno in astratto, in numero addirittura superiore a quello di quanti parlano la lingua in cui il post o il commento è scritto.

Si tratta di un fenomeno senza precedenti sia per potenzialità e semplicità di utilizzo dello strumento.

Un blog può veicolare un quantitativo pressoché illimitato di informazioni, in ogni genere di formato (testo, audio o, piuttosto video) ed essere gestito in modo semplice ed intuitivo da Pc o, piuttosto, da dispositivo mobile.

La gestione di un blog, qualora non si intenda ospitarlo sotto un proprio nome di dominio e ci si accontenti di saperlo contraddistinto da un sottodominio non produce alcun onere o costo per il suo titolare.

Poter condividere il proprio pensiero con milioni di persone senza dover affrontare alcun costo è, probabilmente, uno degli aspetti più pregnanti della rivoluzione che la blogosfera sta determinando nel mondo dell'informazione.

Occorre, tuttavia, rilevare che anche in quella che potrebbe – ad un primo esame – definirsi l'Eldorado dell'informazione, non mancano ombre ed aspetti controversi.

2. Nel nostro Paese, allo stato attuale,

manca una disciplina speciale che regoli il fenomeno “blogosfera” e, a ben vedere, non sussiste neppure uniformità di vedute sull'opportunità che una simile disciplina venga emanata.

Tuttavia, in assenza di una regolamentazione *ad hoc* ed in presenza di una disciplina sull'editoria e sulla stampa le cui “maglie”, negli ultimi anni, sono state progressivamente allargate nel tentativo di ricomprendervi anche i c.d. prodotti editoriali telematici, la giurisprudenza ha spesso finito con l'equiparare blog ed analoghi prodotti telematici alla stampa e/o ai media tradizionali (stampa e tv). Si tratta di una “deriva” con importanti ricadute sul versante della libertà di informazione in Rete.

La blogosfera, infatti, è, almeno nella più parte dei casi, composta da realtà amatoriali, non professionali e uni personali nell'ambito delle quali il blog costituisce, sostanzialmente, il risultato dell'attività di un solo blogger che vi si dedica a margine della propria professione/occupazione.

I blog di questo genere, pertanto, hanno carattere “verticale” e sono monotematici: l'esperto informatico si occupa di tecnologia e *hacking*, l'avvocato di diritto e/o di diritto dell'internet, l'esperto di TLC di telecomunicazioni, il cuoco di cucina, lo storico di storia ecc. In tale contesto è evidente, ad esempio, che imporre al blog l'obbligo di provvedere a taluni adempimenti burocratici quali la registrazione presso uno o più registri (il registro nazionale della stampa o il ROC il registro unico degli operatori della comunicazione) significa imporre una limitazione all'accesso a tale strumento di comunicazione o, comunque, un importante disincentivo. Occorre, tuttavia, rilevare che, come si è già anticipato, sfortunatamente negli ultimi anni la giurisprudenza, interpretando la disciplina sulla stampa e l'editoria cui si è già fatto cenno, è pervenuta a tale conclusione, condannando, ad esempio, un blogger per stampa clandestina ai sensi dell'art. 16 della legge 47/1948, ovvero per aver esercitato la propria attività di blogger in assenza di registrazione!

Occorre, d'altro canto, rilevare come, in maniera crescente, la capillarità ed efficacia dell'informazione on-line ha attirato l'attenzione – non sempre in positivo – di protagonisti del mondo della politica o dello spettacolo che, sentendosi diffamati da informazioni pubblicate nella blogosfera, si sono rivolti all'autorità giudiziaria per ottenere tutela.

In tali occasioni di frequente è accaduto che l'autorità giudiziaria e le forze di polizia, spesso in ragione della scarsa conoscenza del fenomeno internet, al fine di bloccare cautelativamente la circolazione dell'informazione ritenuta dif-

famatoria abbiano inibito l'accesso all'intera piattaforma blog.

I blog, infatti, a differenza della stampa tradizionale, non beneficiano di alcuna garanzia di non sequestrabilità. In una prospettiva *de jure condendo*, d'altro canto, occorre riconoscere che individuare una disciplina del fenomeno che costituisca un momento di equilibrio tra libertà e responsabilità del blogger non è facile.

Tale difficoltà deriva prevalentemente dalla circostanza che la forma di comunicazione (blog) è oggi utilizzata in contesti e con finalità assai differenti: si passa dal blog gestito in maniera amatoriale dal non professionista dell'informazione, al blog gestito dal giornalista professionista nell'ambito della versione telematica di un professionista sino al blog di carattere socio-politico gestito attraverso un'ideale struttura imprenditoriale da un gruppo politico o da un soggetto politico.

### *Libertà di manifestazione del pensiero e UGC – user generated content*

1. Gli UGC – *User Generated Content* – rappresentano, probabilmente, una delle più innovative forme di comunicazione orizzontale via web.

Si tratta, in buona sostanza, di piattaforme che diffondono al pubblico via web contenuti digitali multimediali prodotti dagli utenti e autonomamente caricati sui server del gestore della piattaforma. Tali piattaforme “danno voce” a milioni di utenti svolgendo una duplice preziosa funzione: (a) consentono la messa a disposizione del pubblico di qualsivoglia genere di contenuto; (b) riunendo sotto un unico dominio milioni di contenuti digitali attirano un pubblico decine di volte superiore a quello di qualsivoglia media *mainstream*.

In tale contesto è ovvio che gli UGC costituiscono uno straordinario ed irrinunciabile strumento di condivisione delle informazioni in quanto tanto per ragioni tecnologiche che commerciali consentono a chiunque di diffondere un contenuto ad un pubblico vastissimo e con modalità multimediali (testo, video e suoni).

Le nuove applicazioni software che permettono l'upload di contenuti digitali sulle piattaforme UGC anche da dispositivi mobili, l'estrema intuitività delle modalità di upload nonché la possibilità di procedervi in forma sostanzialmente anonima, rendono, inoltre, dette piattaforme lo strumento ideale per raccontare fatti ed avvenimenti che si consumano in regimi antidemocratici, in tempo di guerra o, più

semplicemente, giudicati non di interesse o “non pubblicabili” dai media *mainstream*.

2. L'attività degli UGC non ha, sin qui, formato oggetto di alcuna legge speciale e, dunque, anche tale materia – così come quella dell'informazione via blog – sconta, in questo momento, le conseguenze di un clima di grande incertezza giuridica sulle responsabilità dei titolari di tali piattaforme in relazione ai contenuti diffusi al pubblico.

In astratto, sul versante definitorio – da un punto di vista giuridico – esistono due opzioni interpretative con conseguenze assai diverse: (a) considerare gli UGC come broadband e, dunque, editori con la conseguenza di considerarli responsabili dei contenuti immessi in Rete dagli utenti e (b) considerarli intermediari della comunicazione e, dunque, alla stregua di quanto disposto dalla disciplina europea in materia di commercio elettronico (D. Lgs. 9 aprile 2003, n. 70) escludere – salvo eccezioni – la loro responsabilità.

A prescindere da tale dibattito scientifico, negli ultimi anni – ed in maniera crescente negli ultimi mesi – è fuor di dubbio che è in atto un tentativo politico e giudiziario volto a far ricadere sugli UGC e, più in generale, sugli intermediari della comunicazione, la responsabilità per i contenuti diffusi in Rete. Tale tentativo si fonda su due distinte motivazioni: (a) l'intermediario della comunicazione è il soggetto più facilmente individuabile tra quelli cui l'Ordinamento può, sul piano causale, imputare una responsabilità; (b) considerare responsabili gli intermediari della comunicazione per i contenuti prodotti dagli utenti vale a disincentivare progressivamente tale soggetti dall'offrire, gratuitamente, “ospitalità” ai propri utenti e, per questa via, consente progressivamente di ricondurre le dinamiche dell'informazione in Rete a quelle dell'informazione tradizionale: linee verticali anziché quelle orizzontali caratteristiche del mondo telematico.

È fuor di dubbio che, se anche in Rete la diffusione di ogni informazione richiedesse un editore in senso lato, il gestore di una infrastruttura ed un pubblico, i “padroni” dei media tradizionali avrebbero facile gioco ad esportare la propria egemonia anche nel contesto telematico.

Il principio della non responsabilità dell'intermediario costituisce, proprio in ragione di tale rischio di “riproduzione” nel nuovo mondo delle dinamiche caratteristiche del vecchio mondo principio “guardiano” rispetto alla libertà di informazione sul web. È, infatti, evidente, che qualora gli intermediari della comunicazione dovessero essere chiamati a rispondere dei contenuti “inter-

mediati” la risposta di questi ultimi – come sta, peraltro, iniziando ad accadere – consisterà nell’iniziare a “censurare” i contenuti veicolati in base al loro “indice di rischio” e alle garanzie patrimoniali offerte dall’autore.

In breve verrebbe a ricrearsi anche nello spazio telematico un contesto analogo a quello caratteristico del sistema dei media *mainstream*: l’informazione diverrebbe superficiale e, tendenzialmente, “di regime” e, soprattutto, si darebbe più spazio agli editori tradizionali piuttosto che all’informazione prodotta dai *netcitizens*.

3. Con riferimento agli UGC, appare, peraltro, importante rilevare come la più parte di essi – certamente quelli di maggior successo – siano gestiti da società statunitensi o, comunque, extraeuropee. Si tratta di un dato che non può non indurre talune riflessioni a proposito della libertà di informazione on-line. Sebbene, infatti, nella presente fase storico-politica la non responsabilità degli intermediari, per le ragioni che si sono enunciate al paragrafo precedente, appaia da difendere, occorre, sin d’ora riflettere sulla circostanza che si sta lentamente consegnando a pochi soggetti privati e stranieri il controllo dell’informazione via web.

Domani ci si potrebbe, pertanto, svegliare in un contesto nel quale, ad esempio, un soggetto privato decida autonomamente – per le più diverse ragioni – di filtrare qualsivoglia contenuto la cui diffusione risulti in contrasto con i propri piani e progetti di business.

Si tratta di un profilo peculiare di un problema già noto agli addetti ai lavori sotto la definizione complessiva di *netneutrality*: ovvero l’esigenza di garantire che l’accesso alle infrastrutture sulle quali riposa la circolazione dei contenuti nel mondo web e le dinamiche di circolazione di tali contenuti siano effettivamente “neutrali” ovvero non influenzate dalla natura del contenuto “intermediato”.

Sotto tale profilo sarebbe – esemplificando e, dunque, peccando di approssimazione e scarsa puntualità – necessario prevedere per tutti gli intermediari della comunicazione siano essi internet *services providers* o, piuttosto, UGC un obbligo stringente di veicolare con analoghe condizioni tecnico-economiche qualsivoglia genere di informazione a prescindere dal suo contenuto e dal suo autore.

### *Libertà di manifestazione del pensiero e social network*

Negli ultimi anni nel mondo ma solo negli ultimi mesi in Europa ed in Italia ha ini-

ziato a diffondersi un fenomeno che sta rapidamente riscrivendo le regole della socialità e le dinamiche dell’aggregazione socio-politica: si tratta dei social network. Piattaforme come Facebook e My Space, per citare le due più grandi per numero di iscritti del momento, rappresentano reti di centinaia di milioni di utenti in tutto il mondo che scelgono – più o meno consapevolmente – di creare gruppi di aggregazione attorno a principi, obiettivi o eventi e, più in generale, di condividere “amicizie”, esperienze e, naturalmente, informazioni. In tale contesto è evidente che le piattaforme di *social network* costituiscano oggi un canale di circolazione dell’informazione dalla cui indagine non può prescindere nessuna analisi delle questioni connesse alla libertà di informazione in Rete.

Le piattaforme di *social network* rappresentano, sotto il profilo delle questioni delle quali ci stiamo occupando, una sintesi di quanto si è sin qui rilevato in materia di blog e UGC in quanto l’informazione, nella più parte dei casi circola nell’ambito di tali piattaforme sotto forma di condivisione di post e/o contenuti pubblicati su blog o UGC. La circostanza che le due più grandi piattaforme di social network facciano, allo stato, capo a soggetti privati di diritto statunitense ripropone, inoltre, anche in relazione a tale diverso fenomeno, il problema già affrontato in relazione agli UGC: il rischio di una “censura” di tipo privato.

Solo per fare un esempio, qualche settimana fa i gestori di Facebook hanno deciso di filtrare tutte le immagini ritraenti mamme impegnate ad allattare i propri figli, e ciò sulla scorta di talune lamentele ricevute da utenti statunitensi. A nulla sono valse, invece, le ferme rimostranze degli utenti italiani ed europei volte a chiedere la rimozione di alcuni gruppi inneggianti al fenomeno mafioso ed ai boss della mafia creati sulle pagine della medesima piattaforma.

[guido scorza]

### NOTA

<sup>1</sup> G. Scorza, *La Rete? Clandestina*, in “Punto Informativo”, 3 settembre 2008: Roma – La decisione del Tribunale di Modica di condannare per stampa clandestina Carlo Ruta, storico siciliano, aveva già sollevato dubbi e perplessità qualche mese fa. Le motivazioni della Sentenza depositate nei giorni scorsi confermano, purtroppo, tali perplessità e proiettano un cono di incertezza sul futuro dell’informazione on-line. La decisione – che sarebbe ingiusto liquidare sempli-

cemente come brutta o errata – infatti amplifica le numerose ambiguità ed i molti elementi di incertezza contenuti nell’attuale disciplina dell’informazione telematica.

Il problema non è – purtroppo – che il Giudice abbia errato e ritenuto colpevole Carlo Ruta, quanto piuttosto che il quadro normativo cui è affidata una materia tanto importante per il futuro dell’informazione e, quindi, della democrazia sia tale da consentire interpretazioni diverse e contraddittorie inidonee a fornire agli interessati – ormai nell’ordine di milioni di cittadini – la necessaria certezza del diritto.

Mentre scrivo non so, francamente – e, come me, credo centinaia di altri amici e colleghi che scrivono in Rete di argomenti diversi – se il mio blog di informazione giuridica – alla stregua dei principi fissati nella decisione del Tribunale di Modica e che domani potrebbero essere recepiti da centinaia di altri magistrati italiani – debba essere o meno registrato presso la Sezione per la stampa del Tribunale o, magari, presso il ROC, il Registro degli Operatori della Comunicazione.

Questa situazione di incertezza giuridica, tuttavia, rischia di costituire uno strumento di limitazione della libertà di manifestazione del pensiero in Rete ancor più incisivo di forme più palesi di censura perché è capace di disincentivare molti dall’uso delle nuove tecnologie telematiche per la diffusione di idee, fatti, opinioni e, più in generale, cultura.

Ma torniamo alla decisione del Tribunale di Modica. Il Giudice, date due possibili interpretazioni del quadro normativo vigente, ne ha scelta una – quella caratterizzata da una lettura generalizzata dell’obbligo di iscrizione dei prodotti editoriali telematici presso le Sezioni della stampa dei Tribunali – ed ha quindi condannato lo storico siciliano. In molti forse la penseranno diversamente ma, personalmente, non sono affatto stupito o scandalizzato.

Ho già scritto altre volte che date le norme cui è affidata la disciplina della materia poteva succedere e potrà accadere di nuovo.

Ci sono, tuttavia, alcuni profili della decisione che proprio non convincono. Innanzitutto, il Magistrato muove dal presupposto che Carlo Ruta avrebbe dovuto registrare la testata del proprio sito (quale?) presso il Tribunale di Modica in conformità a quanto disposto dalla vecchia (ma tuttora in vigore) disciplina sulla stampa (Legge 47/48) espressamente dichiarata applicabile anche ai prodotti editoriali telematici dalla nuova disciplina sull’editoria (Legge 62/2001).

Secondo il Giudice, tale conclusione non sarebbe scalfita dalla previsione dettata dall’art. 7 comma 3 del D. Lgs. 70/2003 ai sensi del quale “la registrazione della testata editoriale telematica è obbligatoria esclusivamente per le attività per le quali i prestatori del servizio intendano avvalersi delle provvidenze previste dalla legge 7 marzo 2001, n. 62” in quanto tale disposizione non si applicherebbe “al singolo che svolge l’attività d’informazione non in forma commerciale e, quindi, non in qualità di prestatore dei servizi della società dell’informazione”.

Si tratta di una valutazione arbitraria, errata e pericolosamente discriminatoria: il singolo che gestisce in una dimensione amatoriale un blog di informazione sareb-

be tenuto alla registrazione, mentre la grande società che svolga identica attività ma che non sia interessata alle provvidenze all’editoria potrebbe sottrarsi alla registrazione. Logica e buon senso suggerirebbero il contrario ma, sfortunatamente, né l’una né l’altro costituiscono criteri cui il Legislatore italiano è solito ispirarsi con la conseguenza che essi non possono neppure essere utilizzati quali sicuri criteri interpretativi. A prescindere da logica e buon senso, tuttavia, anche il tenore letterale dell’art. 7 del D. Lgs. 70/2003 induce a ritenere che, al riguardo, il Giudice abbia sbagliato: la previsione si limita a stabilire che “la registrazione della testata editoriale telematica” è obbligatoria solo laddove i prestatori del servizio intendano accedere alle speciali provvidenze per l’editoria.

Nessuna limitazione soggettiva dell’ambito di applicazione della norma è, dunque, suggerita dal suo tenore letterale.

Ma vi è di più. La testata – oggetto dell’obbligo di registrazione – è un segno distintivo ed è, come tale, ontologicamente riconducibile solo ad attività – almeno in senso lato – commerciali con la conseguenza che affermare, come si fa nella decisione del Tribunale di Modica – che Carlo Ruta avrebbe dovuto registrare la propria testata in quanto esercente un’attività di informazione in forma “amatoriale” è una contraddizione in termini.

La verità è un’altra: blog e siti di informazione quale quello di Carlo Ruta sono privi di testata in senso tecnico e, pertanto, i titolari non dovrebbero esser considerati tenuti alla registrazione di un elemento dei quali i propri prodotti editoriali sono privi. Ragionare diversamente è come pretendere che il proprietario di una bicicletta debba registrarne la targa presso il pubblico registro automobilistico. Egualmente poco convincenti e, ad un tempo, molto preoccupanti appaiono le considerazioni contenute nella Sentenza relative alla pretesa “sistematicità” – che è concetto diverso da quello di “periodicità regolare” cui si fa riferimento nella disciplina sulla stampa – con la quale il blog di Carlo Ruta sarebbe stato aggiornato ed al contenuto informativo dello stesso.

La lettura della Sentenza, infatti, non consente di comprendere quale debba essere la frequenza ed il ritmo degli aggiornamenti per sottrarsi all’obbligo di registrazione e quale, al contrario, renda soggetti a tale obbligo. Né di cosa possa parlarsi serenamente in Rete senza necessità di registrazione e di cosa, invece, possa parlarsi, on-line, solo dopo essersi registrati presso il Tribunale. Delle due l’una: o Sentenze e Leggi – più le seconde che le prime – sono sbagliate e mal scritte o la Rete italiana è, più o meno tutta, clandestina. Per sottrarsi a tale preoccupante ma inesorabile conclusione occorre metter mano con urgenza ad una nuova disciplina dell’informazione on-line che tenga conto della centralità da quest’ultima assunta nello sviluppo politico, sociale ed economico del Paese e, soprattutto, della dimensione globale nella quale tale disciplina sarà chiamata ad operare. Che senso ha imporre ad un blogger italiano di registrarsi se nel resto del mondo se ne può fare a meno in un contesto nel quale il “mercato” dell’informazione è davvero unico?

Enzo Marzo

# Le voci del padrone

*Saggio di liberalismo  
applicato alla servitù dei media*



*libelli vecchi e nuovi*

**edizioni Dedalo**



**Società Pannunzio**  
per la libertà d'informazione

## Per la Libertà d'informazione

PRESENTAZIONE SOCIETÀ PANNUNZIO

**Presidente**  
Adele Cambria

**Saluti di**  
Pier Virgilio Dastoli  
Direttore della Rappresentanza in Italia della Commissione Europea

**Miguel Mora**  
Corrispondente de "El País"

**Relazioni di**

**Enzo Marzo**  
Sullo stato della libertà dei media. Proposte per una politica riformatrice

**Guido Scorza**  
La libertà nella rete in Italia

**Amelia Beltramini**  
I media prigionieri: proprietà, pubblicità, "marchette"

Interventi programmati delle personalità e dei rappresentanti delle organizzazioni aderenti.

**Dibattito.**

Per segnalare inviare un messaggio a [segnalazioni@societapannunzio.it](mailto:segnalazioni@societapannunzio.it)

Gli aggiornamenti del programma, l'elenco dei promotori, la Dichiarazione d'intenti e i nominativi dei suoi sottoscrittori saranno disponibili sul sito [www.societapannunzio.eu](http://www.societapannunzio.eu)

Per informazioni:  
Ufficio Stampa - Andrea Costa  
Tel. 020.5612012 - Email [ufficio.stampa@societapannunzio.eu](mailto:ufficio.stampa@societapannunzio.eu)

**Mercoledì 29 Aprile 2009**  
ore 17.45 - 20.00

**"Spazio Europa"**  
Palazzo Campanari  
Via IV Novembre, 149  
Roma

Nella classifica mondiale della libertà di stampa, stabilita ogni anno da *Reporters sans frontières*, di cui l'edizione 2008 è stata resa pubblica il 33 ottobre 2008, come al solito l'Italia conferma la sua pessima reputazione. La "maglia nera" tocca al trio infernale Turkmenistan (171<sup>ma</sup> posizione), Corea del Nord (172), Eritrea (173), ma si conferma anche che il comportamento della comunità internazionale verso i regimi autoritari non produce effetti benefici, infatti pessime e immutate sono le posizioni della Cina (167) e di Cuba (169). Sull'Italia è evidente che gravano il regime di monopolio televisivo berlusconiano e il conflitto d'interessi. Risultiamo peggiori dell'Uruguay e del Ghana, ma ci deve far inorgoglire che riusciamo a battere il Togo.

La classifica 2008

Rang	Pays	Note
1	Islande	1,50 =
-	Luxembourg	1,50 nc
-	Norvège	1,50 =
4	Estonie	2,00 ↑
-	Finlande	2,00 ↓
-	Irlande	2,00 ↑
7	Belgique	3,00 ↓
-	Lettonie	3,00 ↑
-	Nouvelle-Zélande	3,00 ↑
-	Slovaquie	3,00 ↓
-	Suède	3,00 ↓

-	Suisse	3,00	↑↑
13	Canada	3,33	↑↑
14	Autriche	3,50	↑↑
-	Danemark	3,50	↓↓
16	Lituanie	4,00	↑↓
-	Pays-Bas	4,00	↓↓
-	Portugal	4,00	↓↓
-	République Tchèque	4,00	↓↓
20	Allemagne	4,50	=
21	Jamaïque	4,88	↑↑
22	Costa Rica	5,10	↓↓
23	Hongrie	5,50	↓↓
-	Namibie	5,50	↑↑
-	Royaume-Uni	5,50	↑↑
26	Surinam	6,00	nc
27	Trinidad et Tobago	6,13	↓
28	Australie	6,25	=
29	Japon	6,50	↑↑
30	Slovénie	7,33	↓↓
31	Chypre	7,50	↑↑↑
-	Ghana	7,50	↓↓
-	Grèce	7,50	↓↓
-	Mali	7,50	↑↑↑
35	France	7,67	↓
36	Afrique du Sud	8,00	↑
-	Bosnie-Herzégovine	8,00	↓
-	Cap-Vert	8,00	↑↑
-	Espagne	8,00	↓↓
-	Etats-Unis (territoire américain)	8,00	↑↑↑
-	Taiwan	8,00	↓
42	Macédoine	8,25	↓
43	Uruguay	8,33	↓
<b>44</b>	<b>Italie</b>	<b>8,42</b>	↓
45	Croatie	8,50	↓
46	Israël (territoire israélien)	8,83	↓
47	Corée du Sud	9,00	↓
-	Maurice	9,00	↓↓
-	Pologne	9,00	↑
-	Roumanie	9,00	↓
51	Hong-Kong	9,75	↑↑↑
-	Libéria	9,75	↑↑↑
53	Chypre (partie Nord)	10,00	↑
-	Montenegro	10,00	↑
-	Togo	10,00	↓
56	Chili	11,50	↓↓
57	Panama	11,83	↓
58	Kosovo	12,00	↑
59	Bulgarie	12,50	↓
-	Nicaragua	12,50	↓↓

Primi 60 paesi della classifica.

# Critica

## liberale



### INDICE

1. e.m., *introduzione*
3. enzo marzo, *libro blu*.  
*Sullo stato della libertà dei media*
15. guido scorza, *libro arancione*.  
*La libertà nella rete in italia*

#### Direttore responsabile:

Enzo Marzo

#### Condirettore:

Nadia Urbinati

Direzione e redazione: via delle Carrozze, 19

00187 Roma - tel. 06.679.60.11

e-mail: [info@criticaliberale.it](mailto:info@criticaliberale.it)

sito internet: [www.criticaliberale.it](http://www.criticaliberale.it)

Amministrazione e abbonamenti: edizioni Dedalo

srl - V.le Luigi Jacobini, 5 - 70123 Bari

tel. 080.531.14.13 - fax 080.531.14.14

c.c.p. n. 11639705

e-mail: [info@edizionidedalo.it](mailto:info@edizionidedalo.it)

sito internet: [www.edizionidedalo.it](http://www.edizionidedalo.it)

*Critica liberale* esce undici volte l'anno.

Un fascicolo costa € 3,00. Fascicoli arretrati € 4,50.

Periodico mensile

Spedizione in A.P. - D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004

n. 46) Art. 1, comma 1, DCB di Bari

Autorizzazione del Tribunale di Roma n. 555 del 20.12.1993

Stampa: Dedalo litostampa srl, Bari

Questo numero è stato chiuso in redazione il 31 marzo 2009.

*fcl* fondazione critica liberale

COMITATO DI PRESIDENZA ONORARIA:

DANIELE GARRONE, SERGIO LARICCIA, GIANCARLO LUNATI, FEDERICO ORLANDO, CLAUDIO PAVONE, ALESSANDRO PIZZORUSSO, STEFANO RODOTÀ, GENNARO SASSO, CARLO AUGUSTO VIANO.

\* Hanno fatto parte del Comitato di Presidenza Onoraria Norberto Bobbio (Presidente), Vittorio Foa, Alessandro Galante Garrone, Italo Mereu, Paolo Sylos Labini.