

ELITE E CULTURA

Come i quotidiani si chiudono nella torre d'avorio

CULTURA

21_05_2019

**Rino
Cammilleri**



Il 10 maggio su *zerozerozero.news* è comparso un interessante articolo di Enrico Pedemonte, a lungo firma de *L'Espresso*. Titolo: *I giornali muoiono, cercarsi il nuovo Scalfari*. L'autore parte dalla triste constatazione che i giornali stanno morendo. «Le copie calano del 10% all'anno. La pubblicità migra sul web e in gran parte finisce nelle fauci di Google e Facebook. E gli abbonamenti digitali non decollano». E non solo in Italia.

Con una vistosa eccezione: quelli, pochi, che il giornalista chiama «di alta qualità». E cita, al proposito, un articolo scritto da Simon Kuper sul *Financial Times* dal titolo intrigante: *Perché i giornali d'élite sopravvivono in questa era populista (Why the elite media are surviving in this populist age)*. Nel quale si mostra, cifre alla mano, che negli Usa i giornali sono destinati a sparire eccetto i tre grandi, *Wall Street Journal*, *New York Times* e *Washington Post*. E magari, aggiungo io, il *Boston Globe*, recentemente distintosi per la denuncia della pedofilia ecclesiastica (vicenda che, al cinema, ha ovviamente vinto l'Oscar). Chiusa parentesi. In Europa, infatti, il settimanale tedesco *Der Spiegel* continua a vendere 800mila copie alla volta, in Francia *Le Monde* seguita a macinare le sue 300mila copie quotidiane. E in Italia, chi naviga a gonfie vele sono *Il Corriere della Sera* (280mila copie) e *La Repubblica* (204mila), che, anzi, dal 14 maggio annuncia ben sette supplementi, uno al giorno (la domenica sarà abbinato a *L'Espresso*), al prezzo, nel week end, di 2,50 euro. *La Repubblica*, fondata da Eugenio Scalfari nel 1976, ha dunque il vento più in poppa di tutti. Da qui il titolo «cercasi il nuovo Scalfari». Altra parentesi, da noi i soli quotidiani che reggono bene sono, significativamente, quelli sportivi e *Avvenire*, che, diversamente dagli altri, può contare sui circuiti parrocchiali; tuttavia è lontano anni luce da *Corsera* e *Repubblica*.

Ma torniamo all'articolo di Kuper analizzato da Pedemonte. Fa l'esempio della Gran Bretagna. Qui nel 2016 vinse il referendum sulla Brexit. Ebbene, i giornali non avrebbero dovuto puntare su un pubblico fino ad allora da essi ignorato? E magari «assumere giovani che provenivano dalle regioni povere (sic) dove abbondavano i lettori che avevano votato per uscire dall'Europa»? Invece hanno continuato a pescare personale «con in tasca un master o un dottorato di università di élite». Non solo: «da allora molti di quei giornali si sono addirittura spostati su posizioni più progressiste, prendendo sempre più le distanze dall'ondata populista che ha investito il mondo occidentale». L'*Economist*, che a suo tempo si era schierato con George W. Bush, «oggi è contro la Brexit, sostiene la lotta al global warming e si indigna per l'aumento delle disuguaglianze». Negli Stati Uniti, il *New York Times* ha dismesso il suo vecchio aplomb e ha fatto una «scelta partigiana e sanguigna contro Trump». Così si conclude l'articolo: «I media di élite, insomma, sono diventati "club per lettori liberal", antipopulisti, hanno

scelto il target della borghesia colta e liberal e lo cavalcano senza timore. E la borghesia colta e liberal li ripaga sottoscrivendo costosi abbonamenti».

Ma è tutto così semplice? Quanto è numerosa questa borghesia colta e liberal per sostenere coi suoi abbonamenti centinaia di migliaia di copie quotidiane? Sì, perché un tempo i giornali campavano con la pubblicità, e solo in subordine con i soldi dei lettori. A occhio e croce, tre quarti introiti pubblicitari e un quarto lettori. Ma oggi non è più così, ed è per questo che non c'è più trippa per gatti. La pubblicità preferisce gli schermi alla carta stampata, ed è questo il vero motivo dell'agonia dei giornali. Certo, c'è il declino demografico, c'è il fenomeno di internet (i – pochi - giovani si informano sul web, che è gratis), c'è l'impoverimento della classe media (i pensionati sono anziani e in media poco avvezzi a internet, ma non hanno più soldi per il quotidiano). Infine, i giornali ormai devono dare notizie che i Tg hanno già dato la sera prima. Epperò i «giornali di élite» svoltano (e investono) in senso ancora più elitario. C'è dunque qualcosa che non quadra. A meno che non si cerchi la spiegazione nel fatto che i padroni dei grandi media sono pochissimi, e ognuno di essi ne controlla anche più di uno. E possono anche giocare in perdita per qualche tempo in attesa che le idee, ora «d'élite», diventino di massa.