

**EDITORIA IN AGONIA**

## **Triste, solitaria y final: è la stampa, bellezza**

**CRONACA**

16\_03\_2017



**Ruben  
Razzante**



Lo spettacolo indecoroso che sta offrendo l'editoria cartacea italiana negli ultimi mesi evidenzia lo scarto crescente tra l'innovativa informazione sul web e la decadente informazione tradizionale, sempre più immiserita in logiche da Basso Impero e incapace di un colpo d'ala che la sottragga ai soliti sterili rituali.

**La telenovela del regolamento di conti** al Gruppo *Il Sole 24 ore*, con gli strascichi

giudiziari appena agli inizi, è solo la punta dell'iceberg di una crisi molto profonda che attraversa il mondo dei giornali, zavorrato da un modello di business ormai da tempo insostenibile e viziato da inestricabili intrecci tra poteri. Le faide interne a Confindustria sono soprattutto contese "geografiche" e non è escluso che il presidente Vincenzo Boccia si veda costretto a chiedere contributi economici per il più importante quotidiano economico italiano anche alle territoriali più ricche.

**Non è solo il direttore uscente** (ora in aspettativa non retribuita per 6 mesi) Roberto Napoletano il responsabile dello sfascio, ma un'intera classe dirigente confindustriale che non ha saputo valorizzare un asset fondamentale e ha accettato che qualcuno lo utilizzasse per finalità extraeditoriali. E ora c'è tutto il tema della ricapitalizzazione perché il quotidiano *Il Sole 24 ore* è in agonia e senza una "cura ricostituente" rischia un deperimento irreversibile.

**L'uomo giusto potrebbe essere Ferruccio de Bortoli**, che viene dato come possibile direttore in quanto gradito ad alcuni finanziatori, in particolare Banca Intesa, e a gran parte dei giornalisti, anche se invisibile all'attuale amministratore delegato del gruppo, Franco Moschetti, che auspica un nuovo direttore diverso da de Bortoli e del tutto estraneo al gruppo, mentre de Bortoli è già stato direttore di quel quotidiano dal 2005 al 2009. L'attuale transizione è stata invece affidata a Guido Gentili, che è già stato direttore in anni passati e che era tra i più fieri oppositori di Napoletano. E' stato scelto come direttore *ad interim* proprio per evidenziare la discontinuità con la precedente gestione. Intanto il giornale perde copie tutti i giorni e chissà se basterà un nuovo direttore per rianimarlo.

**Altra pagina desolante della recentissima storia** dei giornali italiani è quella che ha visto protagonisti Maurizio Belpietro, direttore de *"La Verità"* e Vittorio Feltri, direttore editoriale di *"Liberò"*. Il primo viene accusato dal secondo di essere finito nella rete dell'imprenditore Romeo, attualmente agli arresti per la vicenda Consip e di aver preso da lui finanziamenti per il suo giornale. Il secondo ha preso il posto del primo, alla guida di *Liberò* (anche se come direttore editoriale, mentre il direttore responsabile è Pietro Senaldi), proprio perché il suo editore, Angelucci, non condivideva la linea editoriale troppo antirenziana di Belpietro. Si sa come è andata a finire: *Liberò* ha ammorbidito il trattamento nei riguardi dell'ex premier e ha sostenuto il "Sì" al referendum del 4 dicembre. I lettori non hanno gradito e le vendite sono scese del 40%. Anche in questa vicenda, al di là di chi abbia ragione e di chi abbia torto, resta l'immagine plastica di un forte condizionamento politico-economico sulle scelte redazionali, in barba a qualsiasi ideale di editore puro.

**Abbiamo fondate ragioni di ritenere** che ai lettori del *Sole 24 ore*, in vistoso calo negli ultimi mesi, e a quelli di *Liberò* e della *Verità*, anch'essi in assottigliamento progressivo, non interessino più di tanto le sterili polemiche di questo tipo. Chi va in edicola e paga un giornale cartaceo non merita di leggere penosi messaggi in codice e chiacchiericci da ballatoio. Ha diritto di ricevere un'informazione corretta e di qualità, che presenti un valore aggiunto rispetto alle pillole gratuite che può trovare su molti siti on line.

**Come ha ricordato proprio in questi giorni la Federazione** editori di giornali (Fieg), negli ultimi dieci anni le vendite di giornali sono scese del 40% e i ricavi delle imprese editrici sono calati del 50%. Occorrono soluzioni innovative anche sul fronte dei modelli di business. L'integrazione multimediale è la strada obbligata, ma preservando nel contempo la qualità dell'informazione e quindi combattendo una battaglia comune (editori, giornalisti, colossi della Rete, governi) per ripulire la Rete da contenuti spazzatura che le fanno perdere credibilità e autorevolezza e che allontanano i cittadini-utenti dai circuiti informativi.