

# L'informazione locale tra criticità e nuovo impegno

**Mario Morcellini**

**Commissario dell'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni**

**Consigliere alla Comunicazione Sapienza Università di Roma**

## STATI GENERALI DELL'EDITORIA

**Il pluralismo dei territori: come valorizzare la risorsa informazione oggi**

**Sala Monumentale della Presidenza del Consiglio dei Ministri,**

**Martedì 18 giugno 2019, ore 9:00**

# 1. Giornalismo e informazione. Elementi di contesto

- ❖ È il campo comunicativo che ha subito più scosse (remuneratività, mercati dell'attenzione, tecnologie, accesso etc.)
- ❖ Lunga rimozione della crisi del giornalismo che ha contribuito a farlo diventare periferico. Del resto, il giornalismo ha avuto sempre seri problemi ad affrontare il proprio cambiamento e addirittura a convivere con esso.
- ❖ Di conseguenza, impossibile immaginare che ci sia una spiegazione unica e forse persino una prevalente.

L'addizione delle scosse e delle conseguenti criticità è tracciabile nei livelli di disagio rispetto all'impatto positivo del giornalismo sulla società. In che misura, oggi, possiamo ancora pensare e sperare che il giornalismo di cui disponiamo sia elemento di presidio della cittadinanza, in grado di rendere i cittadini più selettivi, più forti e competenti nel partecipare alla vita pubblica?

## 2. Una mappa tematica delle criticità

- ❖ Non è aumentata un'opinione pubblica informata e competente.
- ❖ La mappa dei temi “proiettati” dall'informazione manifesta criticità su pluralismo sociale, valoriale, di genere e di generazione.
- ❖ Anche dal punto di vista delle attese “tradizionali”, è aperta una vertenza sul rispetto dell'equilibrio della rappresentazione, delle differenze e varietà delle proposte politiche e dunque del pluralismo.
- ❖ Lo stesso diritto costituzionale ad essere informati non ha trovato adeguata espansione né nei comparti mainstream e, tantomeno, in quelli digitali. In proposito, non è interessante rilevare l'importanza quasi tautologica della Rete, ma individuare i campi in cui essa è realmente decisiva.

Consegue un giudizio storico non positivo sulle imprese editoriali e sulle stesse élite giornalistiche

### 3. Ipotesi sulla disintermediazione

- ❖ Non è storicamente e strettamente connessa all'arrivo del digitale. Addirittura, ha inciso più a lungo lo scarso aggiornamento linguistico, tematico e tecnologico.
- ❖ I tentativi di modernizzazione hanno coinciso con personalizzazione e spettacolo politico, con ciò erodendo la riconoscibilità del giornalismo (si pensi al ruolo dei conduttori nei talk). In generale, la *logica della spettacolarizzazione* ha sbaragliato i codici dell'informazione "tradizionale" e costruito un nuovo modello di rappresentazione della realtà.
- ❖ Sfiducia verso le élite e chiara difficoltà di individuare un marketing degli interessi degli utenti, che ha comportato anche una qualche rassegnazione nei confronti della disinformazione, delle *fake* e dell'*hate speech*

## 4. Il giornalismo alla luce del dibattito scientifico

- ❖ Progressivo superamento delle *filosofie dell'obiettività*, a cui invece fanno riferimento la Costituzione e le norme sul Servizio pubblico, incluso il Contratto di servizio. Il teorico di questo aspetto può essere indicato in L. Martin, *Government and the new Media*, London 1981.
- ❖ Prevalenza dei *modelli partecipati di giornalismo*. Esse si impernano su una più riconoscibile capacità interventista (si pensi al concetto di quasi partito, di G. Panza e si pone quasi come variante del giornalismo di denuncia con un'accentuazione delle «campagne contro»).
- ❖ Il giornalismo di tematizzazione (C. Marletti, *L'informazione tematizzata. Nuove tecnologie della comunicazione e trasformazione dei modelli giornalistici*, Angeli, Milano 1982, pp. 202-213)
- ❖ Perseguimento del *media power*, in aperta concorrenzialità con gli altri poteri.

I soggetti e «*i problemi esistono nella misura in cui i media ne parlando*» (Eliseo Veron, *Construire l'événement. Les médias et l'accident de l'three mile island*, Paris 1981)

«*Spesso, l'annuncio di una cosa la fa essere*»

(Alessandro Manzoni, *I Promessi Sposi*, cap. XII, I tumulti per il pane)

## 5. L'impatto della rete sull'informazione

“I profeti della Rete giurano che l'informazione digitale si rivelerà molto più democratica di quella cartacea, perché meno condizionata da colli di bottiglia produttivi e assai meno costosa. Può essere vero, ma potrebbe anche materializzarsi uno scenario più cupo, con l'informazione frammentata in mille rivoli digitali che non riescono a raggiungere un minimo di massa critica, a fare opinione, mentre i giornali continuano a perdere autorevolezza e indipendenza economica (e, quindi, anche politica)”.



M. Gaggi, M. Bardazzi, *L'ultima notizia*, Rizzoli, Milano  
2010, p. 17

“Alle «tre C» della web generation [condivisione, comunità, conversazione] occorrerà affiancare altre tre «C» che fanno parte da sempre del patrimonio dei media: contenuti, credibilità, creatività. [...]

In mezzo a caotici flussi di notizie che arriveranno da fonti disparate [...] ci sarà più che mai bisogno di chi riesce a mettere ordine, verificare le informazioni, dar loro una scala di priorità, e anche proporle in modo creativo”

M. Gaggi, M. Bardazzi, *L'ultima notizia*, Rizzoli, Milano 2010, pp. 42-43



## 6. L'information overload

### Stress

- difficoltà di gestione e senso di continua inadeguatezza

### Ricchezza

- abbondanza e formazione della capacità di scelta
- «la terribile bellezza dell'*abbondanza* è di indurci a *scegliere*», E. Larrabee, 1962

### Ordine

- necessità di ridefinizione dei ruoli di tutti gli attori coinvolti



# Indagine conoscitiva sull'informazione locale

Servizio economico-statistico

L'Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM) ha molte competenze sull'editoria, tra cui, tra l'altro, le analisi di mercato nell'ambito del Sistema Integrato delle Comunicazioni (SIC), il ROC e l'analisi degli assetti proprietari e dei contributi, i limiti *antitrust* sui quotidiani, le interrelazioni con altri mercati media, il monitoraggio della professione giornalistica

Questi presidi regolamentari hanno un *focus* sul nazionale  
*difficoltà a affrontare i contesti locali*



## INDAGINE CONOSCITIVA SULL'INFORMAZIONE LOCALE

# 9. Informazione Locale. Una dimensione fondamentale del pluralismo

Rilevanza centrale dei media locali per la vita democratica del nostro Paese

Prossimità

Contestualizzazione

Identità

Immediatezza



# Criticità del sistema informativo

Riduzione di voci informative tradizionali

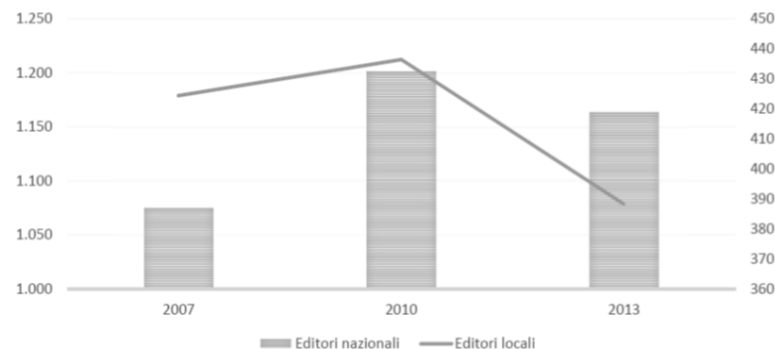
Fonti digitali che stentano a trovare una collocazione e un modello di *business*

Riduzione nel numero di giornalisti



Rischi per la produzione di informazione

# AMPLIFICATE A LIVELLO LOCALE



Dimensione locale ridotta

Maggiore difficoltà economica

Maggiore criticità per i giornalisti

# 11. Maggiori evidenze

## Divario strutturale elevata domanda e crisi nell'offerta

**Riduzione di fonti informative tradizionali**, in particolare i quotidiani non più presenti in alcune aree (Valle d'Aosta e Calabria)

**Mancata affermazione di nuove fonti online**, la distribuzione delle risorse economiche in rete è particolarmente concentrata

**Differenziazione territoriale:** (informazione locale nelle regioni caratterizzate da forti comunità locali)

Nella maggior parte delle regioni la **televisione** è il mezzo prevalente per informarsi, anche di fatti locali  
In Piemonte, Emilia-Romagna e Toscana la fonte prevalente è il **quotidiano**

Ruolo dei **brand nazionali, soprattutto servizio pubblico**

Il **TGR**, risulta la più importante fonte di informazione locale **in 14 regioni**

**Posizioni di forza informativa in alcuni contesti locali**

# 12. Riflessioni conclusive

- ❖ Ripensare il ruolo dell'intervento pubblico
- ❖ Servizio pubblico: *accountability* locale
- ❖ Forme di intervento pubblico
- ❖ Ruolo delle nuove fonti (testate online)
- ❖ Presidio normativo/regolamentare
- ❖ Concentrazione mercati locali
- ❖ Trasparenza assetti societari

Grazie

Mario Morcellini

[m.morcellini@agcom.it](mailto:m.morcellini@agcom.it)

[mario.morcellini@uniroma1.it](mailto:mario.morcellini@uniroma1.it)