

Uno sciopero di 48 ore dei giornalisti della principale Agenzia di stampa italiana ha riproposto il tema dell'assetto complessivo della nostra editoria. La tarda sera di giovedì scorso, 14 maggio, i giornalisti dell'Agenzia Ansa, al termine di una lunga assemblea, hanno proclamato 48 ore di sciopero nelle giornate di venerdì e sabato, cosa che ha bloccato il flusso di notizie dell'unica Agenzia stampa internazionale italiana. Questa decisione merita essere raccontata e spiegata perché consente un breve ragionamento sullo stato dell'informazione nel nostro Paese.

La decisione dell'assemblea dei giornalisti Ansa, solitamente assai riflessiva nelle sue deliberazioni, è giunta dopo l'inaspettata comunicazione da parte dell'amministratore delegato, il dott. Stefano De Alessandri, che l'azienda avrebbe chiesto per i propri giornalisti la Cassa integrazione Covid per quattro giorni al mese; questa è uno strumento messo in campo dal governo con il decreto Cura Italia per le aziende entrate in crisi con il coronavirus, che implica un accordo tra l'azienda e la rappresentanza sindacale; la minaccia ulteriore di De Alessandri è stata che se il Comitato di redazione (Cdr), cioè l'organismo sindacale interno, non avesse accettato di trattare, l'azienda avrebbe proceduto unilateralmente con la richiesta della Cig ordinaria. Ho parlato di comunicazione inaspettata perché in questo periodo l'Ansa lavora a pieno regime e sta vendendo il proprio "prodotto", cioè notizie e informazioni, come non mai, con un boom di accessi al proprio sito, oltre che con il buon andamento del notiziario distribuito a Tv, giornali, riviste, siti internet, radio, aziende e utenti professionali.



Sciopero di 48 ore dei giornalisti dell'ANSA dalle ore 7 del 15 maggio

Lo ha deciso l'assemblea della redazione dell'Agenzia

Redazione ANSA

15 maggio 2020 19:06 NEWS

L'assemblea dei giornalisti dell'ANSA ha proclamato uno sciopero di 48 ore a partire dalle ore 7 del 15 maggio e fino alle ore 7 del 17 maggio.

Al Cdr De Alessandri ha parlato di previsioni 2020 con un "buco" di tre-cinque milioni, senza ulteriori delucidazioni in merito: un "buco" di competenza o di cassa? Vale a dire mancati introiti perché qualche cliente non sta pagando i contratti (cassa) o perché sono saltati dei contratti (competenza)? Nel primo caso sono crediti deteriorati o meno? E nel secondo caso si tratta di contratti "una tantum" disdetti o possono essere recuperati in seguito? Insomma l'idea che i giornalisti si sono fatti, alla luce dell'atteggiamento omissivo dell'AD, è che si tratti di una scusa per approfittare dei soldi messi in campo dallo Stato semplicemente per tagliare le spese, senza preoccuparsi però della qualità e della quantità di informazione prodotta. Anche perché negli ultimi due anni i conti dell'Agenzia erano in ordine, al termine di ben tre stati di crisi che hanno ridotto il numero dei redattori a trecento unità, a cui vanno aggiunti una ottantina di collaboratori in tutte le sedi, italiane ed estere.

Questa è la cronaca delle ultime ore, ma merita fare un passo indietro per raccontare per sommi

capi cosa è l'Ansa, perché è la fonte primaria dell'informazione in Italia e, come dicevo, l'unica Agenzia internazionale italiana, vale a dire l'unica Agenzia fonte per la stampa non solo italiana ma anche straniera su eventi che accadono non solo in Italia ma in ogni parte del mondo.

Non si può che iniziare dalla sua nascita, e non per farla lunga, ma anzi per farla breve. Nel 1944, appena gli Alleati, risalendo dalla Sicilia, liberarono l'Italia e sostennero la formazione di un governo di unità nazionale, sollecitarono il nascente esecutivo italiano a dar vita ad una Agenzia di stampa nazionale. Sul modello dell'americana Associated Press, gli editori italiani di quotidiani di partito (*Il Popolo*, *L'Avanti!*, *L'Unità*) diedero vita all'Agenzia nazionale stampa associata, appunto Ansa, a cui aderirono via via altri editori, nel corso dei decenni. Tutt'oggi la forma proprietaria è quella di una cooperativa i cui soci sono 23 editori, dai grandi (Cairo, Gedi, Caltagirone, ecc) ai piccoli e piccolissimi.

Gli americani e gli inglesi nel 1944 puntavano a stabilizzare la futura democrazia in Italia ed erano quindi ben consapevoli che questa si regge se c'è una opinione pubblica che discute alla luce dei fatti, e quindi di un flusso di informazioni e notizie. Come ha spiegato Juergen Habermas nel suo *Storia e critica dell'opinione pubblica*, le democrazie si sono sviluppate in maniera non sincronica in varie nazioni tra il XVII e il XVIII secolo (Olanda, Gran Bretagna, Stati Uniti, Francia) ma mano che si sono sviluppate delle opinioni pubbliche, sostenute da sistemi di stampa sostanzialmente indipendenti dagli altri poteri.

L'Ansa dunque doveva - e tutt'ora deve - sostenere l'opinione pubblica italiana con un flusso di notizie sufficienti a conoscere gli eventi interni ed internazionali. Quindi l'Ansa, nel corso dei decenni, ha ampliato gli uffici non solo in tutte le Regioni italiane, ma anche nelle principali capitali, con una particolare attenzione al Sud America e negli ultimi anni a Bruxelles, divenuta la principale sede estera. I cronisti dell'Ansa hanno raccontato nel corso dei decenni i grandi avvenimenti, dalla politica alla cronaca, dallo spettacolo allo sport.

È una foto Ansa quella tragica del 9 maggio 1978, in cui si vede il corpo di Aldo Moro accartocciato nel bagagliaio della Renault rossa in via Caetani, come è una foto Ansa quella famosa del febbraio 2013 in cui un fulmine, dopo le dimissioni di Benedetto XVI, sembra abbattersi sulla cupola di S. Pietro. E scoop globali dell'Ansa sono stati, per esempio l'annuncio della caduta del Muro di Berlino il 9 novembre 1989 da parte di Guenter Schabowsky (Riccardo Herman il cronista che fece la domanda nella famosa conferenza stampa), o la morte di Muammar Gheddafi a Sirte il 20 ottobre 2011 (scoop di Luigi Ambrosino), o l'uccisione di Gianni Versace a Miami Beach il 15 luglio 1997, o le dimissioni di Benedetto XVI l'11 febbraio 2013 (scoop di Giovanna Chiri, unica giornalista capace di capire il discorso in latino pronunciato dal Pontefice al

Concistoro).



E qui entra in gioco un discorso geopolitico. Tutti i grandi Paesi, da quelli del G8, agli altri comunque con proiezione globale, hanno proprie agenzie di stampa, spesso sostenute dallo Stato

(come è il caso per esempio della Afp in Francia, della Dpa in Germania, la Efe in Spagna, Nuova Cina, Tass in Russia, e delle Agenzie di tutti i Paesi emergenti come India, Sudafrica, Brasile, Argentina, Corea, ecc). Perché dunque? Perché rientra nel cosiddetto *soft power* di una nazione avere un sistema dell'informazione in grado di raccontare il mondo con il proprio punto di vista, con la propria ottica nazionale, con la propria cultura, e non dipendere solo dagli "occhi" degli altri sistemi di informazione. E questo implica avere una grande agenzia di Stampa internazionale in grado di riferire innanzi tutto i fatti, gli avvenimenti.

Nel 2018 andando al G7 negli Stati Uniti, la cancelliera Merkel portò sul proprio volo di Stato 27 giornalisti tedeschi di altrettante testate (si seppe perché l'aereo ebbe un problema e dovette fare una sosta non prevista); se Conte in quella occasione avesse portato con il volo di Stato i cronisti italiani da noi si sarebbero levate alti lai, grida contro la casta dei giornalisti e i Codacons avrebbero presentato un esposto alla Procura. Ma questo è il motivo per cui la Germania aspira a divenire membro permanente dell'Onu e l'Italia no. Nella Seconda Repubblica si è persa questa consapevolezza, presente invece nella Prima Repubblica: era in questa ottica che il Ministero degli Esteri siglò un contratto con l'Ansa per la fornitura di notizie alle proprie ambasciate, un modo per sostenere indirettamente l'unica Agenzia internazionale italiana.

Questo ruolo ha reso l'Agenzia di via della Dataria (la strada che a Roma da piazza del Quirinale scende verso Fontana di Trevi) una sorta di "Cassazione" delle notizie: un fatto è veramente accaduto se lo scrive l'Ansa, per sintetizzare con un po' di enfasi. Ma questo ha caricato i cronisti dell'Agenzia di un surplus di etica professionale che li porta al massimo di scrupolo, oltre che di rapidità, visto che la "tempestività" è nello statuto dell'Agenzia assieme alla "completezza" e alla "imparzialità" del notiziario.

Quando sono stato assunto all'Ansa nel febbraio 1987 eravamo 430 giornalisti mentre oggi, come ho già spiegato, siamo trecento, al netto dei collaboratori. Cosa è dunque accaduto visto che il flusso di notizie non è certo diminuito e il "prodotto" informazione è tuttora ricercato? Qui entra in gioco l'assetto proprietario dell'Ansa e la rivoluzione digitale. Quest'ultima, con la progressiva affermazione dei siti a partire dagli Anni Novanta, ha fatto sì che le persone abbiano gratis l'informazione, almeno quella principale. Per un certo numero di anni, questa nuova situazione ha sì condotto a un calo di copie vendute, ma non a un crollo: si è progressivamente scesi dal picco dei nove milioni di copie complessive vendute a febbraio e marzo 1992 (lo scoppio di Tangentopoli) ai sei milioni di copie fino al 2009. Ma dalla grande crisi del 2009 si è precipitati ai poco più di due milioni di copie attuali. Gli italiani "consumano" informazione, ma non sono disposti a spendere per questo bene, lo vogliono gratis.

Per avere un termine di paragone, in Germania si è scesi dai 27 milioni di copie del 1992 ai 14 milioni di oggi: quasi dimezzate, ma non ridotte al venti per cento come in Italia. Recentemente ho tenuto una lezione ad un Master di primo livello a Scienze politica alla Sapienza, a Roma: ho chiesto chi leggesse un giornale, compresa la *Gazzetta dello Sport*, quasi tutti i giorni: hanno alzato la mano due ragazzi su trenta.

Il perché in Italia si sia letto sempre così poco e il perché ci sia stato questo crollo è oggetto di varie analisi. Sicuramente una parte di colpa ce l'hanno i giornalisti stessi, ma un'altra parte ce l'hanno gli editori per molti dei quali avere un quotidiano (o più d'uno) è stato solo un modo per fare un passaggio di status da semplice imprenditore a giocatore al tavolo che conta, dei cosiddetti "poteri forti". La cosiddetta "cultura della notizia" non è stata cioè, per molti editori, il core business, come invece avviene per la maggior parte dei loro colleghi di altri Paesi europei, dove infatti si vendono tutt'ora molte più copie.

La crisi generale ha colpito l'Ansa perché i quotidiani pagano il notiziario in base alle copie tirate. I quotidiani fondatori addirittura sono falliti, ed uno di essi (*l'Unità*), addirittura rinunciò all'abbonamento al notiziario prima ancora di fallire. Un altro motivo delle difficoltà dell'Agenzia è stato il conflitto tra piccoli e grandi editori proprietari: dalla metà degli Anni Novanta l'Ansa, oltre alle notizie "battute" di minuto in minuto, in serata manda nel notiziario degli articoli che i giornali possono pubblicare integralmente, sui grandi temi della giornata. Questo ha messo nelle condizioni i giornali locali di avere articoli di cronaca nazionale (politica, economia, cronaca, sport, Esteri, ecc) di analoga qualità di quelli dei grandi quotidiani a distribuzione nazionale o sovraregionale. Cosa non gradita certo dai grandi editori che in più vedono nella propria Agenzia un concorrente: infatti il sito Web dell'Ansa è tra i più consultati, e quando avvengono alcuni avvenimenti di portata internazionale questo sito diventa addirittura il più consultato. Motivo per il quale negli ultimi mesi alcuni editori che sono nella proprietà dell'Agenzia le hanno chiesto di chiudere il proprio sito web, che invero porta molti importi pubblicitari vitali per l'Ansa. In ogni caso gli stessi grandi editori hanno imposto un ridimensionamento dell'Agenzia che dolorosamente per tagliare i costi ha dovuto chiudere alcune sedi estere, mentre altre sono tenute da collaboratori. Tre diversi stati di crisi, con altrettanti prepensionamenti, hanno dunque portato a trecento il numero attuale dei suoi giornalisti.

Nel documento con cui hanno proclamato lo sciopero giovedì scorso, i giornalisti dell'Ansa hanno risollevato il problema dell'assetto proprietario della testata. È evidente che il conflitto di interessi dei grandi editori, se non risolto, porterebbe a privare l'Italia della sua unica Agenzia internazionale. Sono ormai anni che il tema dell'assetto proprietario è stato sollevato e le soluzioni

avanzate sono molteplici. C'è chi sollecita un nuovo contratto con la Farnesina che porti semplicemente soldi senza mettere mano al problema: altri hanno proposto il passaggio della proprietà a Cassa Depositi e Prestiti; altri l'assorbimento dell'Ansa da parte dell'Agi, la seconda Agenzia stampa italiana (con 75 giornalisti) di proprietà dell'Eni; altri hanno suggerito il superamento della forma cooperativa, la trasformazione in Spa con l'ingresso dei grandi utenti Ansa, vale a dire Rai e Mediaset, ed eventualmente le altre reti televisive; infine c'è chi ha avanzato l'ipotesi di ingresso dell'Agenzia nel perimetro Rai.

Personalmente vedo anche un altro modello, quello dell'Agenzia del "sistema Italia" in un'ottica geopolitica, con un azionariato che vedrebbe protagonisti le Regioni, l'Anci, le associazioni imprenditoriali, i sindacati, il Coni, le grandi federazioni sportive: insomma tutti quei soggetti per i quali è essenziale che l'Italia rimanga un "marchio" globale. Le soluzioni sono molteplici e potrebbero essercene anche altre valide. Serve tuttavia qualcuno che capisca l'importanza della posta in gioco e prenda l'iniziativa. Il primo pensiero va alla politica, ma vista la sua attuale debolezza è meglio non farsi eccessive illusioni; ma iniziative possono essere prese anche da imprenditori o amministratori locali illuminati. Non risolverà la questione il colpo di genio di un singolo, ma una sinergia di intelligenze e di volontà. Ce ne sono in Italia?

copertina: La visita del presidente Sergio Mattarella alla sede dell'Ansa in occasione del 75° anniversario della sua fondazione, 14 gennaio 2020



Grazie al tuo sostegno

ytali sarà in grado di proseguire le pubblicazioni nel 2020.

Clicca [qui](#) per partecipare alla raccolta fondi.

Your support will give ytali the chance to carry on in 2020.

Click [here](#) to contribute to the fundraising.

Votre soutien donnera à ytali la chance de continuer en 2020.

Cliquez [ici](#) pour contribuer à la collecte de fonds.

