

comunicato stampa n. 079

La responsabilità del quotidiano – Protagonisti a confronto

Rimini, 25 agosto 2023 – Che futuro hanno i quotidiani? E come concepiscono oggi il loro compito, la loro responsabilità, il loro essere faro per democrazia e pluralismo?

Al Meeting per l'amicizia fra i popoli quattro direttori di altrettanti quotidiani, immersi nell'impegnativo binomio tra carta e web e nell'estenuante dialogo con il mondo dei social media, si sono confrontati nel panel "La responsabilità del quotidiano – Protagonisti a confronto". Impossibile non iniziare però dall'intervento del Presidente della Repubblica Sergio Mattarella, tenutosi al Meeting poco prima, che nei suoi passaggi sull'identità del Paese, sul ruolo della Costituzione, dell'espulsione della categoria dell'odio dal dibattito pubblico e dalla società, ha avuto molto da dire anche al mondo dell'informazione.

«L'intervento di Mattarella non ha toccato solo il cuore dei temi più caldi del dibattito politico, come l'immigrazione», ha osservato la direttrice del *QN* Agnese Pini, «ma è entrato anche nel dibattito culturale e ideologico degli ultimi giorni, dai toni anche surreali e anacronistici, per esempio riferendosi al fatto che possa esistere un'etnia originaria italiana, diradando così le nebbie del caso Vannacci senza citarlo». Ha aggiunto Pini: «Per giorni ci siamo interrogati se esista o meno un diritto all'odio. Mattarella ha ricordato che la nostra Costituzione espelle il diritto all'odio: l'odio è un sentimento che va arginato».

Parole simili da Roberto Sommella, direttore di *MF-Milano Finanza*: «Mi colpisce come il Presidente della Repubblica riesca ad incarnare in modo perfetto l'unità della Nazione e la complessità del nostro Paese utilizzando la memoria, la cultura, la scrittura. Mi ha colpito in modo particolare come l'amicizia sia un investimento. Dai fatti di tutti i giorni», ha concluso Sommella, «dalle divisioni politiche a prescindere anche sui temi più banali, vediamo quanto sia importante avere Sergio Mattarella alla Presidenza della Repubblica».

«Mattarella ha affrontato un tema che sembra fuori moda», ha chiosato il direttore del *Corriere della Sera* Luciano Fontana. «Le nostre comunità politiche non si fondano né sulla contrapposizione né sull'odio. Speriamo che questo possa diventare una base per il confronto impegnativo dei prossimi mesi». E sull'immigrazione «Mattarella ci ha detto di metterci bene in testa che non è un'emergenza, ma un tema con cui avremo a che fare per decenni», al quale «reagire come comunità». Togliere insomma «questioni rilevanti e strutturate dalle faziosità del dibattito ideologico è un grandissimo insegnamento che il Presidente ci dà».

Tre i punti sottolineati infine dal direttore de *La Repubblica* Maurizio Molinari: il primo è l'identità italiana, un'identità millenaria «frutto della somma di più culture e più storie», smontando «la teoria di un generale improvvido e di tutti coloro che immaginano una genesi lineare dell'identità». Il secondo punto è il focus sui pericoli dei cambiamenti climatici, «un richiamo agli sbandamenti della comunità politica e a molti componenti del governo, tra cui la premier, che non usano nemmeno l'espressione "cambiamenti climatici"». Il terzo punto citato da Molinari è la citazione che il Presidente della Repubblica fa della Costituzione americana: «Una ricetta per rispondere alle disuguaglianze e disinnescare il domino che genera populismo, solitudine e aggressione è un'identità euroatlantica che lega la Costituzione americana alla nostra, dicendo che la felicità è l'antidoto al disagio e alla protesta, una felicità che si esplica nell'amicizia e nel legame. Quello che ha detto Mattarella», ha concluso Molinari, «conferma che per noi è un Presidente indispensabile».

Sul tema vero e proprio del panel, ovvero il presente e il futuro dei quotidiani, il direttore del *Corriere della Sera* ha fatto notare come il settore dell'informazione stia affrontando una delle trasformazioni più rilevanti, ma anche come i cambiamenti tecnologici e l'influenza che gli stessi hanno sui metodi di fruizione e di costruzione del dibattito pubblico non hanno necessariamente risposte solo tecnologiche. «L'unico modo per combattere le fake news», ha osservato Fontana, «è la formazione, la cultura, la crescita, lo spirito critico».

Non esistono altre soluzioni». Ai giornali, per contribuire alla “saggia comunicazione umana” di cui parla papa Francesco, il compito di «essere seri e responsabili» da una parte e di salvaguardare «il rispetto della pluralità di opinioni dall'altra. Non auguro a nessuno», ha aggiunto Fontana, «di servirsi solo di un giornale in cui specchia tutto sé stesso e le proprie opinioni». Serve impegno, anche per informarsi: «Nel dibattito pubblico bisogna ricordare come non tutto sia facile nella vita. Chi vuole diventare un bravo medico deve approfondire, chi vuole una buona informazione non si può accontentar di qualcosa di immediato».

Per Molinari di *Repubblica* «dobbiamo giocare in attacco e in difesa». L'attacco è la rivoluzione digitale, l'impiego e l'esplorazione dei vantaggi delle nuove tecnologie. La difesa, invece, è «conservare con granitica volontà e granitica capacità la qualità del nostro giornalismo, raddoppiano il confronto tra le fonti e inviando i giornalisti sul posto». Nella fase adolescenziale delle tecnologie digitali, il tema cruciale è quello di «traslare lo stato di diritto dalla realtà fisica alla realtà digitale», con la codificazione di diritti digitali. Una terza via, indicata da Angela Merkel a Davos, tra il far west dell'Internet di stampo americano e l'ossessione da controllo dell'internet dei cinesi: la via europea, fatta di regole a tutela dei diritti. Molinari ha poi fatto notare come carta e digitale, per un giornale, stiano diventando sempre più prodotti diversi anche per le domande del lettore. Chi cerca un'informazione “identitaria” privilegia la carta, mentre l'informazione digitale è più generalista: «Tutto questo», ha commentato Molinari, «offre a noi una grande opportunità, quella di sviluppare un doppio linguaggio. Gli analisti ci dicono che sono persone e pubblici diversi».

Pini del *QN*, notando come i social media abbiano ereditato il dibattito pubblico una volta limitato alla sola stampa, ha comunque avvertito dei rischi generati dalla commistione tra il campo dell'informazione e quello della comunicazione: «Le democrazie si basano sull'informazione, i sistemi autocratici sulla comunicazione. Il pensiero in senso filosofico nasce dalla sintesi», ha sottolineato la direttrice, «mentre sui social c'è solo spazio per tesi e antitesi, bianco e nero. Per stare sui social, come giornali, rischiamo di diventare anche noi simili a loro e di confonderci». I social creano bolle, nelle quali ci si ritrova ossessivamente a rileggere gli stessi argomenti, e spesso non dispongono del vantaggio del “gioco di squadra” dei giornali: «I giornali», ha ricordato Pini, «sono fatti da molte persone. Il singolo influencer, per quanto bravo, è da solo, e da soli si rischia di sbagliare di più. Nei giornali questo margine di errore è ridotto».

Sommella, di *MF-Milano Finanza*, ricordando come l'attività dei giornalisti rientrasse nei primi DCPM dei tempi del Coronavirus tra i servizi essenziali, ha invitato i colleghi: «Dimostriamo di essere essenziali. C'è un desiderio molto forte nelle persone di esprimere le proprie opinioni e poca voglia di ascoltare le opinioni diverse». Essenzialità rimarcata da un'altra data storica, quella del giugno 2020, nella quale secondo alcune ricerche le fake news, su internet, avrebbero superato le notizie genuine. Per questo Sommella si è rivolto al pubblico della Fiera di Rimini: «Fate un gesto rivoluzionario, andate in edicola e comprate un giornale. È un grande esercizio di libertà». Il giornale oggi «deve mettere insieme le persone. Non deve alimentare le discriminazioni, ma spiegarle e combatterle con l'uso di parole giuste per spiegare realtà complesse. Nei social, invece, le discriminazioni vengono esaltate attraverso i like».

(A.C.)

Fondazione Meeting per l'amicizia fra i popoli ETS

via Flaminia, 18/20 – 47923 Rimini | tel. +39 0541 783100

meeting@meetingrimini.org www.meetingrimini.org

Ufficio stampa Meeting di Rimini

Eugenio Andreatta

Responsabile Comunicazione e Portavoce

+39 0541 1832516 +39 329 9540695

eugenio.andreatta@meetingrimini.org

Ufficio stampa Comin & Partners

Federico Fabretti

Partner Media Relations

+39 06 90255555 +39 335 753 4768

federico.fabretti@cominandpartners.com

Communication Partner

COMIN & PARTNERS

News Agencies Partner



asknews



Anja Zanetti

Senior Media Relations Consultant

+39 06 90255553 + 39 342 8443819

anja.zanetti@cominandpartners.com