

PUBBLICITÀ & STAMPA, I SOLITI RICATTI

» GIORGIO MELETTI

Una mattina di dicembre di molti anni fa il capo di una grande gruppo telefonico si presentò nell'ufficio del direttore di un grande quotidiano e lo minacciò senza tanti giri di parole: "Se lei non fa smettere quel giornalista di scrivere male di me tolgo tutta la pubblicità dell'anno prossimo al suo giornale e a tutto il vostro gruppo editoriale". C'erano in ballo 30 miliardi di lire, qualcosa come 30 milioni di euro di oggi. Quel direttore lo mandò al diavolo e, già che c'era, intimò al ricattatore di non cercare scorciatoie tentando di comprarsi i singoli giornalisti. Il coraggio di quel direttore fu premiato dalla buona sorte: poche settimane dopo il grande manager fu silurato e così anche il budget pubblicitario fu salvo insieme all'onore.

Già trent'anni fa Giampaolo Pansa raccontava di editori impuri e ricatti pubblicitari in un libro a suo modo epocale, *Carte false*. In quel mondo analogico faceva impressione che il capo di Italstat Ettore Bernabei versasse un miliardo e mezzo di lire al direttore del *Tempo* Gianni Letta per aiutarlo a tenere in piedi un giornale col bilancio pieno di buchi, che quei soldi li attingesse dai famosi "fondi neri" dell'Iri, che il Letta medesimo scrivesse in cambio articoli di fuoco contro il magistrato milanese Gerardo Colombo, reo di aver arrestato un po' di

boiardi per i suddetti "fondi neri". Trent'anni dopo l'antica usanza del ricatto pubblicitario non vuol saperne di morire. Si succedono le generazioni di manager. Quelli di oggi sono più moderni, talvolta sanno anche l'inglese, si destreggiano con tablet e smartphone spiegando abilità sconosciute ai loro maestri. Il fatto di vivere in un mondo pervaso dall'informazione sviluppa in loro solo la vanità. Mentre non c'è verso di fare entrare nelle loro teste in lega leggera la vera novità: le notizie non si fermano più.

Bisognerebbe che i loro astuti spin doctor spiegassero agli impavidi aspiranti censori tre cose a proposito della leggendaria frase di Humphrey Bogart "È la stampa bellezza, e tu non ci puoi fare niente". Primo: quel film si intitola *L'ultima minaccia* ed è del 1952.

Secondo: oggi quella scena sarebbe silenziosa e al posto del rumore della rotativa al minaccioso interlocutore verrebbe fatto ascoltare il poetico silenzio di un router. Terzo: gli spin doctor facciano ascoltare al loro manager isterico la frase più importante, quella che Bogart dice un attimo prima. "Dovresti uccidere tutti i giornali del Paese, e non sei forte abbastanza per farlo".

UN'ATTENUANTE va concessa a questi sfrontati censori. Il mondo dei giornali incoraggia e premia la loro arroganza. Quando si intima "se non la smetti di scrivere ciò che non voglio veder stampato ti tolgo la pubblicità", significa che la minaccia normalmente fa il suo effetto. Quando torme di editori impuri si contendono a coltellate la proprietà di giornali in perenne rosso di bilancio (perché, nascondendo le notizie, vendono sempre meno), vuol dire che confidano nella vocazione di quella redazione di inginocchiarsi al nuovo padrone e diventarne lo "specchio delle mie brame".

E hanno ragione, imprenditori e manager prepotenti, a confidare nella deterrenza giornalistica e nel disarmo bilanciato. Il giornale di Tizio non racconterà cose sgradevoli su Caio per evitare che il quotidiano di Caio gli restituisca la

pariglia. La regola aurea è "giornalista non morde editore". Il primo corollario è "giornalista non morde inserzionista", il secondo corollario è "giornalista per non sbagliare non morde nessun potente".

Non funziona così, e non voglio capirlo. Se il numero uno dell'Eni Claudio Descalzi è inguaiato nell'inchiesta per le tangenti in Nigeria non è colpa del *Fatto* che pubblica le notizie e le imbarazzate ammissioni messe a verbale dall'indagato. E se sarà prosciolto, come gli auguriamo, non sarà per merito dei giornali che tengono nascosta l'inchiesta ai loro lettori sempre più delusi. Se l'Enel è sotto accusa per aver lasciato senza corrente per giorni, causa neve, decine di migliaia di abruzzesi, non saranno i 17 milioni di pubblicità irrorati sui mass media ad alleggerire le responsabilità di chi è al comando dell'azienda, Francesco Starace.

Se martedì prossimo il numero uno di Finmeccanica Mauro Moretti sarà assolto per la strage ferroviaria di Viareggio, come gli auguriamo, non sarà merito del silenzio dei grandi giornali sul caso incredibile - e meritevole di ampio dibattito pubblico - di un manager che guida una grande azienda pubblica mentre un pubblico ministro chiede per lui 16 anni di carcere per omicidio colposo plurimo.

Vittime di se stessi e delle illusioni che genera stare seduti su budget pubblicitari milionari, essi si specchiano nel silenzio dei giornali che pagano e sviluppano quel profondo senso di impunità che li fa sbagliare e li espone a bruschi risvegli.

Twitter@giorgiomeletti

© RIPRODUZIONE RISERVATA