

PUBBLICISTA

*una figura
da
reinventare*



Atti del Convegno
“IL PUBBLICISMO E LE NUOVE
SFIDE DELL’INFORMAZIONE”

ROMA, 24 MARZO 2010



INDICE

| | | | |
|----|-----------------------|----|--------------------------|
| 5 | VITO SCISCI | 45 | GIOVANNI FUCCIO |
| 11 | ENRICO PAISSAN | 49 | MARIO BERNARDINI |
| 17 | EZIO ERCOLE | 53 | DINO FRAMBATI |
| 23 | GIORGIO PRINZI | 57 | MICHELE TADDEI |
| 25 | SILVANO BERTOSI | 61 | LUIGI COBISI |
| 29 | LUIGI VIGEVANO | 63 | ALEANDRO DI SILVESTRE |
| 31 | NICOLETTA MORABITO | 65 | ELIO PEZZI |
| 33 | MARCO CARAMAGNA | 67 | ANGELO BAIGUINI |
| 35 | CARLO VERNA | 69 | MARIO PETRINA |
| 37 | ROBERTO ZALAMBANI | 73 | LORENZO DEL BOCA |
| 41 | ELIO DONNO | | |



VITO SCISCI

*Consigliere
nazionale*

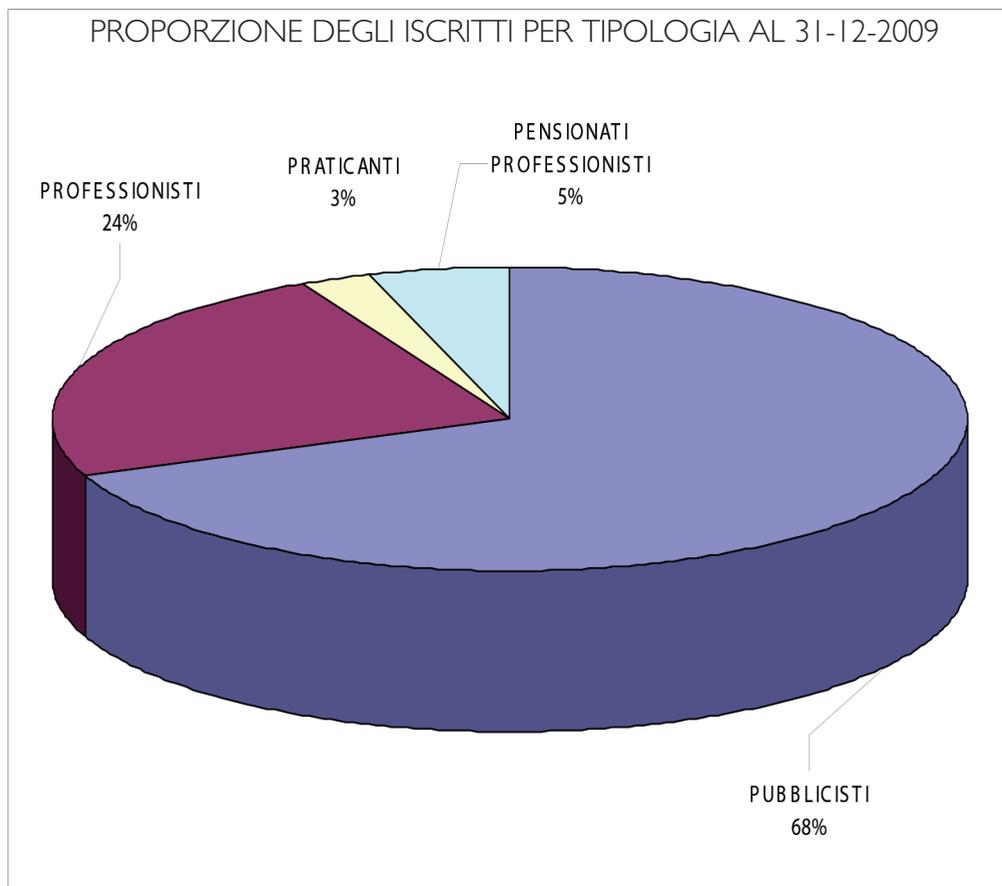
E' cambiato, e come è cambiato, il giornalismo negli ultimi 15 anni? All'interrogativo abbiamo provato a dare delle risposte attraverso una dettagliata e scrupolosa analisi dei dati che ci sono stati forniti da tutti gli Ordini regionali, che naturalmente ringraziamo per la fattiva, tempestiva e preziosa collaborazione offerta.

Per proporvi un quadro chiaro dell'analisi svolta, mi servirò di alcune slide riassuntive che dimostrano il trend evolutivo che si è innestato 15 anni fa e non sembra arrestarsi o dia cenni di controtendenza.

Partiamo, innanzitutto, dal dato finale: al 31 dicembre 2009 i professionisti rappresentavano il 24% degli iscritti, i praticanti il 3%, i pensionati professionisti il 5% per cui il gruppo più numeroso è quello dei pubblicitari con il 68%, quasi tre pubblicitari per ogni professionista (Immagine n. 1).

Significativo anche il rapporto tra uomini e donne che nel 1994, tra i pubblicitari, era 78,1% a 21,9%; gli uomini erano in pratica 4 volte tanto rispetto al numero delle donne iscritte. Su cinque pubblicitari iscritti dunque solo una era donna. Quindici anni dopo invece gli uomini erano appena il doppio delle donne. Analizzando i flussi, è ipotizzabile che ci vorranno meno di quindici anni perché le donne possano raggiungere e superare gli uomini nel numero di iscritti nell'elenco dei Pubblicisti (Immagine n. 2).

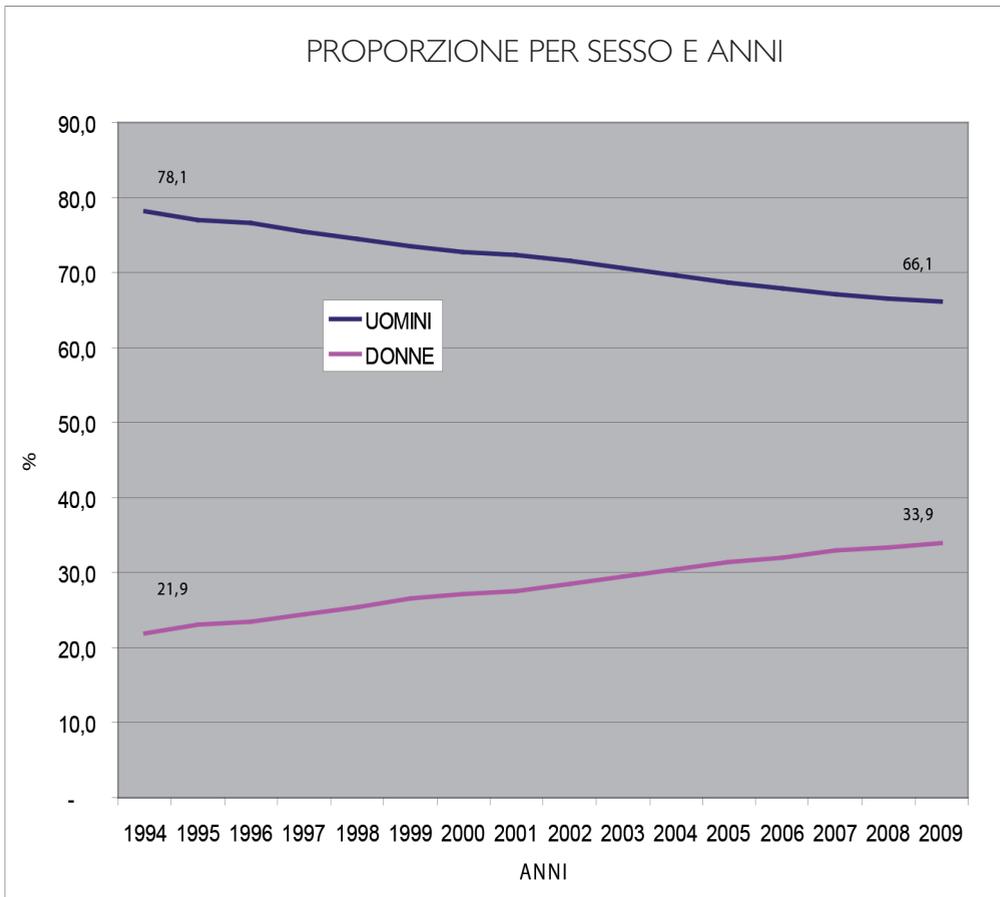
Va poi affrontato il quesito se cambia pure la mappa del giornalismo in Italia tra Nord, Centro e Sud. A leggere i dati la risposta è affermativa. Infatti, i professionisti, pensionati inclusi al Nord sono più del doppio rispetto al resto d'Italia 55.1% (32,55% al Centro e il 12,44% al



6

Sud). I praticanti al Nord sono il 50,2% rispetto al 31,7% del Centro ed appena il 18,1% del Sud. Si tratta quindi di un dato particolarmente eloquente, che coinvolge nella valutazione sul ruolo che gli editori haneno nello scenario territoriale.

E i pubblicisti? Al Nord sono il 47,53%, al Centro il 29,21% e il 23,26% al Sud. I pubblicisti iscritti all'Ordine al 31 dicembre 2009 sono quasi 60 mila, contro i 26 mila professionisti e meno di 2000 praticanti. Credo che sia significativa anche la rappresentazione dei dati relativi alle tre macro aree Nord, Centro e Sud. Al Nord ci sono 31.119 pubblicisti contro i 13.256 professionisti, naturalmente le cifre comprendono anche i pensionati iscritti. Ed ancora, in proporzione all'au-

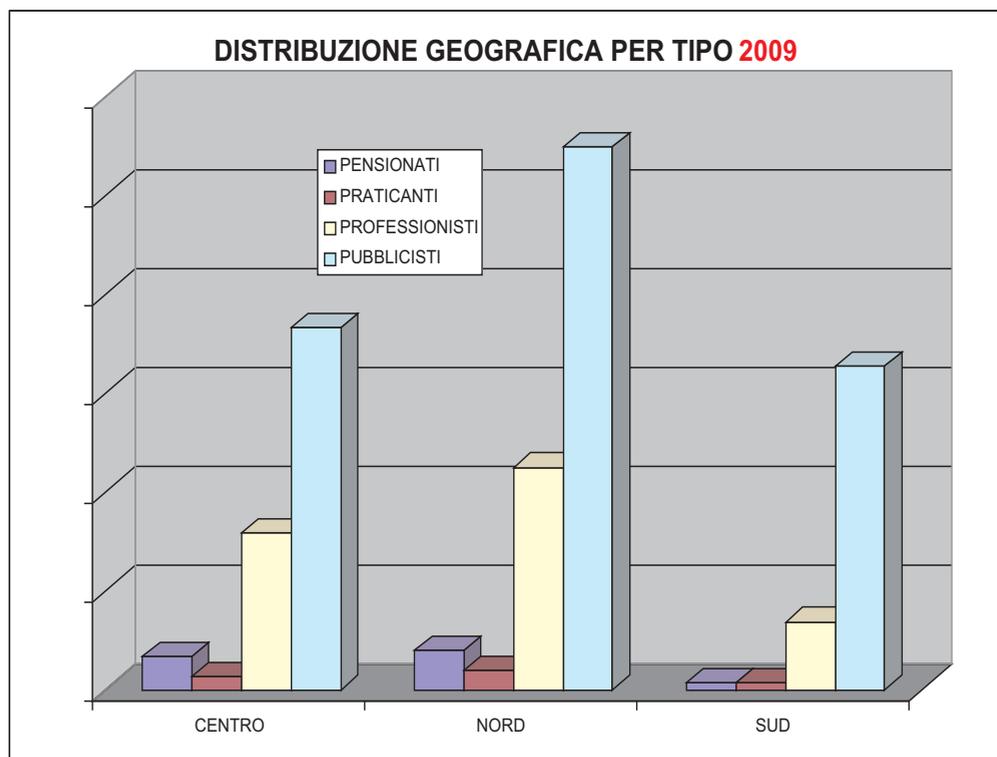


mento dei professionisti è cresciuto anche quello dei Praticanti che al Nord sono circa il 50% del resto d'Italia.

Crescono al Centro, ma non con lo stesso trend del Nord e del Sud, i Pubblicisti iscritti negli elenchi dell'Ordine che a fine 2009 erano circa 20.000. Da segnalare l'incremento dei praticanti che è triplo rispetto al Nord.

E' invece corsa alle iscrizioni nell'elenco dei Pubblicisti al Sud, che negli ultimi tre lustri hanno registrato una impennata significativa, soprattutto negli anni 2008 e 2009.

Nell'analizzare gli iscritti negli elenchi negli ultimi cinque anni, dal 2005 al 31 dicembre 2009, si può notare che i professionisti al Nord



sono quattro volte di più rispetto a quelli del Sud, dove va registrato un significativo aumento dei pubblicisti rispetto alle altre due macro aree. In sintesi, il Nord iscrive negli elenchi più professionisti rispetto al Sud che invece ne iscrive nel rapporto di più negli elenchi dei pubblicisti (Immagine n. 3).

L'esempio della Puglia

Ecco un quadro della situazione in Puglia. Il trend di quanti chiedono di iscriversi all'Ordine è perfettamente nella media nazionale, con qualche significativa curiosità. Gli iscritti under 30 sono soprattutto donne, hanno le idee più chiare rispetto agli uomini per quanto riguarda l'accesso alla professione o avviare l'attività giornalistica o in primis quella pubblicitaria. Le donne insomma scoprono la passione per il giornalismo per tempo e dimostrano di avere fantasia, spirito di

iniziative ed idee su questioni da approfondire. Sono pochissime quelle che diventano pubbliciste tra i 51 e 65 anni. I dati sono eloquenti: sono più le donne rispetto agli uomini nel 2005, anche nel 2008 sono aumentate rispetto al 2007. Sotto i 30 anni sono ben 105 le donne, rispetto ai 92 uomini; gli uomini a 65 anni o over 50 o 65 sono tanti rispetto alle donne. Questo vuol dire che ci sono le donne che cominciano l'attività professionale per tempo, sapendo già cosa vogliono fare, hanno le idee chiare rispetto agli uomini che poi spesso anche casualmente entrano in questo mondo. Perché, se vediamo che nel 2005 ci sono ben 25 persone che hanno deciso di chiedere l'iscrizione all'Ordine dei giornalisti rispetto ad una sola donna, è chiaro che c'è un elemento significativo. Questa è la media rispetto a tutte le regioni italiane. Questa è la rappresentazione degli uomini sotto i 30 anni negli ultimi anni.

In Puglia, ma anche in Italia, in questo momento le donne, soprattutto le giovani donne, chiedono di potere accedere alla professione. Questo è un elemento di riflessione che consente di verificare come in questo fantasioso e stimolante mestiere sono le donne ad avere più coraggio e più spirito di iniziativa.



ENRICO PAISSAN

*Vicepresidente
del Consiglio nazionale*

Buongiorno a tutti. Devo ringraziare Vito SCISCI per il lavoro fatto, che ha consentito di far emergere una situazione sulla quale non c'è nemmeno tra di noi compiuta conoscenza, stando alle valutazioni e ai giudizi che abbiamo avuto modo di sentire anche in questi ultimi mesi: esso costituisce la precondizione per ragionare sul ruolo e sulla funzione del pubblicismo in Italia. Vorrei ringraziare prima di tutto tutti i componenti del gruppo di lavoro del pubblicismo che si sono impegnati in questi mesi anche in termini dialogici talvolta molto accalorati per giungere a questo appuntamento, rispetto al quale voglio dire con assoluta chiarezza (sgombriamo subito il campo da pregiudizi di questo tipo) che esso è assolutamente al di fuori di ogni intento propagandistico o pre/elettorale, ma che per la prima volta si propone di mettere in campo e di fornire alla valutazione di tutti una prima analisi della concreta, reale fotografia del mondo e della figura del giornalista pubblicista. Il primo passo, passo necessario, come ricordava Vito prima, di un percorso che deve consentire di definire in tempi più celeri possibili una politica per il pubblicismo italiano. Quella di oggi non è e non ha mai inteso essere percepita come una iniziativa che guarda al prossimo appuntamento per il rinnovo degli organismi di governo dell'Ordine, ma vuole fornire, al contrario, elementi di riflessione su una tematica, quella appunto del pubblicismo, che è del tutto dentro le problematiche, né poche né di poco conto, che travagliano il mondo del giornalismo del nostro Paese e per altro verso guarda lo sforzo che l'Ordine sta compiendo per giungere finalmente all'approvazione di

una legge di riforma de nostro ordinamento. Perché non c'è dubbio alcuno che di questa riforma abbiamo bisogno come dell'aria, nella consapevolezza che la nostra categoria, in tutte le sue espressioni ed articolazioni culturali, sindacali e organizzative, o cambia o è destinata a subire un processo di ulteriore marginalizzazione nei complessi equilibri che caratterizzano gli assetti decisionali de nostro paese. Già oggi (voi lo sapete, ci siamo soffermati più volte su questa valutazione) la percezione del lavoro dei giornalisti da parte dell'opinione pubblica non è certo esaltante e non c'è dubbio alcuno che almeno in parte questo sia il risultato dei nostri limiti, dei nostri difetti, delle nostre insufficienze. In una nazione come la nostra, che a ben pensarci è una sorta di arcipelago di somma di interessi, di nicchie, di corporazioni, di particolarità, sembra davvero una utopia, una impresa al limite dell'impossibile dare vita ad una sorta di autoriforma che, pur nella indispensabile, successiva sanzione istituzionale, parta dal basso, cioè dai soggetti direttamente e immediatamente interessati e coinvolti. Ma sono anche convinto che non esista scorcio alcuna a questa prospettiva, se vogliamo che il giornalismo, e con esso i giornalisti, continuino a svolgere quell'indispensabile ruolo di tutela degli spazi di espressione democratica e pluralistica. Questo è il quadro generale nel quale si colloca il nostro convegno. Mettiamo da canto quindi - voglio dire una parola estremamente chiara - ogni inutile atteggiamento pregiudizialmente polemico tra professionisti e pubblicitari ed espressioni francamente ed inutilmente offensive che in premature pulsioni elettorali nelle scorse settimane purtroppo abbiamo avuto modo di risentire, anche da parte di autorevoli esponenti della nostra categoria, con i colleghi pubblicitari indicati quali infermieri, postini, portantini, imbianchini e posteggiatori che dovrebbero essere cacciati a calci nel sedere, tutti 70 mila, dall'Ordine. Con posizioni di questo tipo è evidente che non si va da nessuna parte, siamo tutti destinati a perdere, torniamo quindi a ragionare, chiusa questa parentesi, con il massimo di disponibilità a mettere in campo idee positive che si muovano nella direzione del necessario e indispensabile cambiamento e soprattutto siano fondate su dati e situazioni reali. Uno di questi dati indiscutibili da cui parti-

re, secondo me, è quello che si riferisce alla situazione generale dell'editoria italiana; è ormai condivisa la valutazione che almeno la metà di quanti svolgono concretamente l'attività di giornalisti in Italia vivono condizioni di precariato, di provvisorietà, di non riconoscimento dei diritti contrattuali, di condizioni retributive avvilenti. Così come è del tutto evidente come il processo di sostanziale destrutturazione della dimensione redazionale delle imprese editoriali, un disegno perseguito con lucidità e coerenza dagli editori comporta pesantissime conseguenze: in primo luogo ovviamente quella di sterilizzare, di depotenziare in misura rilevante il peso contrattuale delle strutture redazionali, compromettendo ulteriormente la loro capacità e peso contrattuale; in secondo luogo quella di scaricare sui giornalisti contrattualizzati, dai direttori, capo redattori, giù per i rami della gerarchia, la responsabilità di garantire comunque l'uscita del prodotto, finendo per attribuire proprio a queste figure, proprio a questi colleghi, la gestione dei rapporti con quanti, collaboratori, freelance, pubblicitari, vengono richiesti di prestare la loro opera indispensabile per il prodotto a fronte di compensi ridicoli, offensivi e di nessun riconoscimento contrattuale. Dovremmo pur chiederci tutti quanti quotidiani, soprattutto di area regionale, provinciale e locale, uscirebbero ogni giorno senza l'apporto di migliaia e migliaia di collaboratori, molto spesso pubblicitari, che con il loro impegno coprono la realtà diffusa delle "Mille e una Italia". Ne parlavamo tempo fa con il collega Gianfranco Ricci, che mi rappresentava la situazione nella quale lui stesso si trova a dovere operare, con una presenza in redazione attorno al 40% di colleghi pubblicitari che di fatto svolgono la funzione di redattori ordinari, in barba ad ogni decisione della Corte di Cassazione. E non si tratta affatto di una eccezione. Dobbiamo renderci conto che molto spesso tutte le organizzazioni della nostra categoria, dall'Ordine al sindacato, si attardano a difendere un perimetro, che è quello dei colleghi garantiti, che è un perimetro sempre più stretto, sempre più insidiato, sempre meno difendibile. Ecco una delle ragioni che mi fanno giudicare dannosa per tutti l'exasperazione polemica, la contrapposizione tra professionisti e pubblicitari rilanciata in quest'ultimo periodo come se i pubblicitari fossero la causa di

tutti i mali dei quali soffrono i giornalisti italiani. Così come la questione della funzione del ruolo concretamente da essi svolto non può essere risolta con formali richiami a sentenze, quantunque espresse dall'autorevole livello della Cassazione civile, che non tengono conto alcuno delle realtà diffuse dentro e fuori le redazioni. Sappiamo tutti che per questa via non si risolve alcunché e ricade quindi per intero sulla nostra comune responsabilità il non agevole compito di indicare una via d'uscita che, nel riconoscimento pieno e integrale delle prerogative precipue del professionismo, consenta di individuare le condizioni, il quadro generale all'interno del quale collocare l'apporto dei colleghi pubblicitari al comune impegno. Certo, le condizioni codificate dalla legge istitutiva del 1963 appartengono ad un'epoca preistorica rispetto alle straordinarie innovazioni introdotte nel processo produttivo dall'incessante sviluppo tecnologico, e quindi si impone (siamo già in ritardo) senza dubbio una riflessione radicale sulla esigenza di riattualizzare la filosofia che ha ispirato i legislatori dell'epoca nel riconoscimento della figura e dell'apporto del pubblicitario come una sorta di valore aggiunto rispetto all'impegno quotidiano della dimensione del professionismo, tema peraltro sul quale si soffermerà tra poco il collega Ercole. In questa direzione, peraltro, si muove la proposta di riforma elaborata con grande spirito e disponibilità unitarie dal Consiglio nazionale, che ha trovato proiezioni istituzionali con l'incardinamento di un articolato di legge presso la commissione competente della Camera dei deputati, che prevede tra le altre cose nuove modalità del passaggio a regime nell'elenco dei professionisti dei colleghi pubblicitari che di fatto svolgono in via esclusiva attività giornalistica e di questa vivono. Così come non è certamente senza significato l'adesione unanime alle procedure per l'iscrizione dei colleghi pubblicitari messe in campo dal Consiglio nazionale con l'esplicita previsione di corsi di formazione obbligatori e di un momento di valutazione finale da parte degli Ordini regionali attraverso un colloquio su argomenti determinanti ed essenziali per svolgere la professione (tra gli altri: leggi, norme deontologiche, rapporti con le fonti, ruolo degli uffici stampa e così via) : due provvedimenti, quelli che ho ricordato, che vanno iscritti a merito di que-

sto Consiglio nazionale che si appresta ad effettuare le consegne al nuovo organismo. Inoltre siamo convinti che sia necessario un impegno unitario di tutti, in particolare degli Ordini regionali ai quali peraltro spetta istituzionalmente questo compito, di procedere alle revisioni periodiche di tutti gli elenchi: un obbligo che pare spesso trovare ostacoli in immotivate inerzie. Ma il problema, come ho detto, è più vasto, riguarda la capacità dell'Ordine e dell'insieme delle rappresentanze e delle articolazioni della nostra categoria di indicare un modello di giornalismo adeguato al tempo nostro e alla esigenza fondamentale di continuare a garantire nelle nuove condizioni il ruolo essenziale di un giornalismo libero, fattore essenziale, anche se non esclusivo, per tutelare la possibilità e la continuità di espressione pluralista nel nostro Paese: quel compito essenziale ed irrinunciabile al quale mi auguro che nessuno di noi intenda abdicare, anche se segnali che ci arrivano da crescenti settori del cosiddetto giornalismo militante, non sono certo dei più incoraggianti. Sono convinto che sia più che maturo il momento per tirare alcuni bilanci e per verificare, con realismo e senza pregiudizi di sorta, se davvero il giornalismo italiano nelle sue varie declinazioni organizzative è stato per davvero in grado di reggere il confronto con gli altri soggetti del settore editoriale, l'Ordine per primo, e soprattutto se abbia espresso la capacità di partecipare da protagonista (certo, per la parte possibile che ad esso compete) al governo del sistema dell'informazione e della comunicazione, nel pieno di quel processo di sviluppo tecnologico, che prima ricordavo, che oltre ai dati materiali della produzione in quest'ultimo decennio ha cambiato orientamenti ideali, scale di valori, comportamenti e spesso lo stesso senso comune della gente, del nostro popolo. E' in questo quadro che a mio giudizio si colloca l'esigenza di recuperare un rapporto dialogico all'interno della categoria, mettendo da parte definitivamente ogni velleità di scomuniche, intenti liquidatori, artificiosi pregiudizi: tutte cose che spesso molto più prosaicamente celano, tra l'altro malamente, esigenze che puntano a salvaguardare questa o quella posizione. Non è certo senza significato che ormai da vari anni i giornalisti italiani non siano stati messi nella condizione di confrontarsi sulle cose concrete, al di fuori della

logica di stati maggiori che molto spesso accompagna i confronti, più spesso le sterili polemiche, tra i nostri vari organismi. A ben pensarci lo stesso dibattito sul contratto ha risentito in parte anche di questa logica. Intanto Il mondo in senso generale e con esso il “nostro” mondo è cambiato radicalmente con l’emergere di problematiche e di figure professionali impensabili sino a poco tempo fa. Mutamenti destinati – ed è fin troppo facile la profezia – a produrre già da un domani immediato scenari inediti con i quali saremo comunque costretti a misurarci. Per concludere, non sono mai appartenute alla mia cifra, anche su versanti diversi da quello dell’impegno giornalistico, le categorie del pessimismo o dell’ottimismo. Di questo non si tratta, poiché queste sono categorie inadeguate a rappresentare e ad interpretare una realtà tanto complessa quale quella della contemporaneità. Ma certo oggi è difficile, molto più difficile di ieri, decifrare i termini e i confini che l’informazione e la comunicazione assumeranno nel breve e lungo termine. Ma questo, lungi dallo scoraggiarci, deve al contrario rappresentare uno stimolo ad immaginare e a costruire il futuro, perché sarà proprio questo il discrimine che deciderà se per il giornalismo, non solo italiano, così come lo conosciamo e pratichiamo, ci sarà ancora una prospettiva e un futuro. Sappiamo che molto dell’esito di questa sfida dipende da noi. Grazie. Ora l’intervento programmato di Ezio Ercole.

EZIO ERCOLE

*Vicepresidente
dell'Ordine regionale del Piemonte*

Vorrei iniziare con un dato di attualità e che avete letto ed ascoltato in queste ore, ben sintetizzato dall'articolo odierno del Sole 24 ore intitolato "Nel web attacco USA e arrocco cinese". Stanno succedendo capovolgimenti di fronte repentini nel mondo dell'informazione e, se è pur vero che i confini per quanto riguarda l'informazione non ci sono mai stati, con il web, con il villaggio globale, (oramai termine desueto se guardiamo quello che sta accadendo) con le contrapposizioni alla libera circolazione delle idee sulla rete, tutto viene dilatato. Allora mi chiedo e vi chiedo: ha un senso parlare di "Pubblicismo e le nuove sfide dell'informazione"? Potremmo dire "Il giornalismo e le nuove sfide dell'informazione", cercando di ancorare le nostre riflessioni su principi che potrebbero sembrare teorici, ma in verità non lo sono, per poter comprendere quello che sta accadendo. Permettetemi una riflessione, per così dire, metodologica.. Quando si parla di storia, quella con la esse maiuscola, ma anche la effemeride, cioè la storia di tutti i giorni, la storia di ognuno di noi che è poi quella che ci interessa ed è la vera storia come Popper ci insegna, essa si divide in tre parti: 1) una storia fattuale, vera: è la praktikè greca. Poi abbiamo una storia falsa, pseudè. Infine un terzo genere, un ibrido potremmo dire, e sono gli eventi considerati come veri, che in greco si chiamano plasmata. Parlo ad una platea qualificata e non ci sarebbe necessità di ulteriori esempi, e quindi avete compreso l'immediata trasposizione: a quali di questi "tipi ideali" si avvicina di più il giornalismo odierno? Sicuramente al plasmata. Ma vi voglio fare un esempio concreto di cos'è il plasmata. Il plasmata, nella accezione greca e poi lati-

na sono ad esempio i giochi, i giochi nei circhi, le rappresentazioni teatrali. E cosa succedeva nelle rappresentazioni teatrali? Nelle prime esecuzioni il popolo si accontentava di simulazioni, ma per attirare sempre più l'attenzione, il dramma doveva diventare violento e verosimile. E più era truculento e più la gente partecipava cadendo in una spirale senza uscita.

Esempi che nascono dalle intuizioni di Mario Perniola nel suo "Miracoli e traumi della comunicazione" (Einaudi, Torino 2009) che ci fanno necessariamente riflettere sui circhi mediatici dei nostri giorni, della rappresentazione di una realtà che è sempre più spinta, dove gli istinti belluini sono esibiti, enfatizzati e a volte anche ammirati. Una realtà che si riconduce sempre più a un media personale di comunicazione di massa, apparente ossimoro che invece racchiude l'opportunità strepitosa di una circolazione di idee immediata verso l'universo della comunicazione, unita però ad una sostanziale irresponsabilità della rete e delle caratteristiche tecniche del dato multimediale. Una situazione che sta creando un nuovo genere che non ha precedenti nella storia della politica e della sociologia: il proletariato digitale, subito battezzato "pronariat", avanguardia dai risvolti e scenari inimmaginabili. In tutto ciò quanto incidono i nostri principi, le nostre carte deontologiche, i nostri saperi? E forse potremmo anche dire: cosa c'entra il pubblicitario? C'entra, e cercherò in breve di dimostrarlo, in sinergica azione con tutto il mondo dell'informazione che oramai va al di là di quelle che sono le rappresentazioni istituzionali alle quali noi ancora crediamo; però non possiamo non vedere che siamo in una realtà mondiale dove queste istituzioni o non ci sono o sono rappresentate in altro modo, e noi dobbiamo convincerci, (perché non tutti sono convinti nella categoria) di studiare e riflettere "scientificamente" sulla nostra identità professionale. Una base sperimentale ce l'ha bene evidenziata la prima relazione dell'amico Vito Scisci. La seconda del presidente Enrico Paissan con una caratura storico-politica. E per rimanere in tema, un filo rosso ideale lega le due relazioni alla presentazione della preziosa raccolta "1965-1972 Il Pubblicista". Un antesignano del pubblicitario italiano, Peppino Luongo, che insieme a Gonella e ad altri padri della patria creò l'Ordine dei giornalisti. Una

temperie culturale che vedeva due tesi contrapposte: una di Luigi Einaudi che sosteneva l'impossibilità strutturale della nascita di un Ordine dei giornalisti, perché sarebbe stato come creare un ordine dei poeti: il giornalista non può essere compresso in una gabbia e deve essere libero da lacci e laccioli. Dall'altra una tesi più "professionale", quella di Guido Gonella. E subito si è creato un virtuoso dibattito all'interno dei due polmoni del giornalismo italiano, due polmoni che se non funzionano all'unisono si ha il respiro corto. Quindi i due polmoni sono l'elenco dei professionisti e l'elenco dei pubblicisti. Giovanni Spadolini, nel 1988, presentando un convegno parlava proprio del dato storico del pubblicista, in modo particolare l'allora presidente del Senato ricordava la nascita dell'Associazione della stampa periodica italiana nel 1877, con tre categorie: effettivi, pubblicisti, frequentatori. Come vedete, il termine che è rimasto invariato è quello dei pubblicisti, perché nella prima accezione si inquadrano gli attuali professionisti e i frequentatori sono coloro che saltuariamente danno un contributo di conoscenza e di perizia. Questa raccolta de "Il pubblicista" di Peppino Luongo merita la pena di essere compulsata riga per riga, per comprendere lo stato dell'arte della professione in quegli anni, non così poi radicalmente diversi dai nostri. Ad esempio un editoriale di Peppino Luongo intitolato "Il toro di Falaride", (il toro di Falaride è uno strumento di tortura del tiranno di Siracusa) è il pretesto per rilanciare il ruolo del pubblicista e della sua dignità professionale a tutto campo. "Se Jan Smith in Rhodesia adotta sistemi discriminatori del genere (si riferiva al minor peso elettorale del voto dei pubblicisti all'Ordine ed al sindacato, siamo nel 1968...n.d.r.) per imporre con la prepotenza organizzata al vertice ciò che la democrazia, il diritto e la logica negano, e se in Italia ci fossero emulatori -chiosava Peppino Luongo - e che se qualcuno avesse nostalgia per i metodi adottati dal tiranno di Siracusa sappia che noi non ci faremo intrappolare nel ventre del toro di bronzo, ma manderemo a far fondere una buona volta per tutte il toro, seduto o no, il bronzo e Falaride insieme". Grande arguzia ed ironia. Peppino Luongo era quello che noi chiamiamo il pubblicista classico, un professore universitario, un drammaturgo (i suoi testi sono stati tradotti in tutto il mondo) prestato al giornalismo, in modo particolare al

giornalismo pubblicistico. Quando sento polemiche, purtroppo non solo nei corridoi ma anche in scritti e conferenze di questo tipo: "E' ora di finirla, perché giornalista è colui che fa attività giornalistica tempo pieno, e coloro che non svolgono attività giornalistica a tempo pieno non sono giornalisti", non conoscono, o fingono di non conoscere, la legge del 1963. Non ci troviamo di fronte ad una questione ideologica ma prepolitica, di conoscenza delle norme, perché l'albo è unico diviso in due elenchi e i pubblicisti sono proprio quelli che svolgono attività giornalistica accanto ad altre professioni o mestieri. Dato che però ci troviamo di fronte spesso pubblicisti che svolgono esclusivamente attività giornalistica, essi debbono essere messi nelle condizioni di svolgere il praticantato, di sostenere l'esame e, in caso di esito positivo, essere iscritti nell'apposito elenco. L'interpretazione dell'art. 34 da parte del Consiglio nazionale e l'apertura coraggiosa di molti Ordini regionali è la strada percorsa e da percorrere per risolvere anche il problema, posto da alcuni della "superfetazione" dei pubblicisti. L'elenco dedicato si asciugherebbe e quello dei professionisti finalmente sarebbe rappresentativo della realtà professionale del Paese. Così ogni tre anni non sentiremo le solite litanie: "ma questi pubblicisti nel prossimo Consiglio nazionale saranno di più dei professionisti..." Non è mai avvenuto e non avverrà nel prossimo rinnovo. In ogni caso la legge prescrive, solo per l'Ordine nazionale, che il presidente sia obbligatoriamente professionista. Ma lasciamo perdere, non è questo il punto: ciò che interessa è avere la consapevolezza giuridica, prima che politica, che il giornalista pubblicista è incardinato in una fattispecie ben precisa. Dicevo che il passaggio di chi fa attività giornalistica a tempo pieno nell'elenco professionisti, risolverebbe la sproporzione tra iscritti nei due elenchi, perché automaticamente l'elenco dei pubblicisti verrebbe ridotto. Quindi la proporzione di Gonella, e sfido a trovare un sistema più equo, sempre al di là della sotto-rappresentanza dei pubblicisti, ma all'interno di una logica complessiva, la proporzione degli iscritti, almeno nel Consiglio nazionale, riflette una democraticità di base. Questo è il viatico del pubblicista, e lo dico alla presenza in sala della figlia di Peppino Luongo, Luce Luongo, che vogliamo salutare con un applauso e con grande affetto. Luce Luongo è pubblicista e porta avan-

ti con passione la storia di famiglia, che poi è diventata la storia di tutto il pubblicismo italiano. La azione di Luongo al servizio della categoria, i suoi scritti meritano considerazione e rispetto: propongo quindi che l'Ordine si impegni per la salvaguardia di un patrimonio di cultura e saperi che non può essere patrimonio solamente di pochi studiosi. Si inizi dalla raccolta del periodico, *Il Pubblicista*, in una riproduzione anastatica ed una sintesi editoriale, per far conoscere alle nuove leve che partiamo da molto lontano.

Beruf è una parola tedesca che significa sia professione e che vocazione insieme. Il pubblicista in sé ha la caratteristica di una vocazione che può diventare professione, ma se diventa professione a tempo pieno è professionistica, se rimane non occasionale e continuativo è pubblicistica. Migliore sintesi non la poteva proporre il giornalista pubblicista Cesare Parodi, sostituto procuratore della Repubblica a Torino, che avevo invitato a questo convegno e avrebbe partecipato ben volentieri, ma impegni d'ufficio non lo hanno permesso. Però non posso far mancare una sua riflessione che va direttamente al cuore dell'argomento, cogliendone gli aspetti essenziali. "Qual è il dato perché uno deve diventare pubblicista? – riflette Parodi - E' un fatto soltanto formale, la regolarizzazione di una situazione di fatto preesistente? E' la semplice anticamera cronologica e sociale della condizione del giornalista professionista, come avviene spesso? E' un capriccio di soggetti annoiati delle proprie ordinarie occupazioni, ovvero il vezzo di collezionisti di titoli? (...) Il pubblicista non scrive casualmente, ma occasionalmente, nel senso di occasioni meditate e sofferte, che nascono dall'esperienza e che alla crescita di esperienze collettive sono destinate; responsabilità che nascono dall'accettazione di un ruolo formale nel quale due o più mondi, generalmente molto lontani, talvolta addirittura estranei o incompatibili, confluiscono in una crisi ideologica e si intrecciano in contaminazioni inusuali. E tuttavia essere pubblicisti sino in fondo vuol proprio dire riuscire a farsi carico della ontologica duplicità del ruolo senza tradire o disconoscere le proprie componenti, essere quindi senza remore e senza timori giornalisti e nel contempo portare nel mondo di questi ultimi il valore aggiunto del proprio vissuto".

I pubblicitari provengono dalle esperienze più disparate, un ventaglio di professioni, mestieri, condizioni e saperi anche molto diversi: uniti però dall'amore per la scrittura, la parola, il media. Una ricchezza specialmente in una società in cui il meticcio è oramai consuetudine. Giornalisti postini, o macellai come qualcuno con spregio sibila? E allora? Se il postino o il macellaio terminato il primo lavoro seguono la cronaca sportiva oppure discettano di musica, dove sta il problema?... Ognuno di noi potrebbe portare mille esempi e mille casi del genere, in tutti i campi, dalla critica d'arte alla specializzazione tecnica. Se ha la possibilità, i saperi, la caparbia, il pubblicitario dà un apporto essenziale, perché il professionista, il cronista a tempo pieno, nella fretta quotidiana perde un poco della "lucidità". E qual è l'apporto che invece danno coloro i quali con culture diverse, riuniscono i loro saperi per dare quel quid pluris, quella aggiunta di conoscenza al mondo del giornalismo?. Questo è il punto. Oppure dobbiamo uscire dall'equivoco, e ritorno a quell'affermazione dove si diceva che l'attività giornalistica è esclusiva di chi svolge la professione a tempo pieno. Questa tesi, che non condivido, ma è legittima nella sua sostenibilità, deve essere portata ufficialmente in campo: si dica chiaramente che i pubblicitari non sono giornalisti. Ne discuteremo ed ognuno ne trarrà le debite conseguenze ed azioni. In sostanza, usciamo dagli equivoci e dalle ipocrisie: il modello che si vuole imitare, ad esempio, è quello francese, dove la tessera da giornalista è collegata alla testata ed a una commissione mista governo-sindacati dei giornalisti? Lo si dica e si agisca di conseguenza. Ma ciò che non si può più sopportare è il continuo stillicidio di prese di posizioni senza capo né coda, spesso prive di conoscenze giuridiche e soprattutto lontane da percepire il polso degli operatori della comunicazione italiani.

Ai pubblicitari un appello: non facciamoci tradire da una eccessiva partecipazione emozionale su questi temi, ma usiamo tutta la vigilanza intellettuale possibile, o almeno un giusto mix tra i due "sentimenti". Solo così riusciremo ad essere lucidi nel giocare il nostro ruolo sino in fondo, credendoci fermamente, al servizio della verità, che sarà pure con l'iniziale minuscola, ma resta cardine della nostra azione: un trait d'union fra l'informazione ed il paese reale.

GIORGIO PRINZI

*Consigliere nazionale
triennio 2007/2010*

Nell'ottima relazione del collega Scisci forse mancava una voce, che invece ha sottolineato il collega Ercole, quella dell'acculturamento. Questo aspetto non solo per i pubblicitari ma anche per i professionisti. Perché forse fanno più danno dei professionisti non adeguatamente acculturati di quanto non ne possa fare un barbiere (poi sembra che quelli di Milano e di Torino siano i migliori perché hanno studiato al "Pelitecnico"), di quanto ne possa fare un pubblicitario che magari scrive su delle testate marginali, sui bollettini parrocchiali o comunque su fogli minori.

Io ho poi quella mania di parlare anche all'esterno del nostro ambiente, e, forse, sono l'unico su questo tema specifico dell'accesso alla nostra professione. Non mi risulta infatti qui, tra professionisti e pubblicitari, qualcuno che abbia scritto almeno quanto ho scritto io sulla riforma dell'Ordine, articoli che poi mando anche via email intasando la posta dei colleghi.

Su questo punto mi batto con ferma determinazione: se proprio si vuole che l'accesso alla professione di giornalista debba avvenire in maniera analoga a quanto avviene per le altre professioni, bisogna che vengano rispettati gli articoli della Carta Costituzionale che prevedono, diversamente da come avviene attualmente, un esame di Stato reale fatto al termine di un ciclo di studi. La mia proposta pertanto, che poi è stata recepita (di questo aspetto ho scritto particolarmente sia sull'Opinione delle Libertà sia su "Agenzia Radicale", tanto per ottemperare alla par condicio), è quella dell'iscrizione ad una Scuola di specializzazione dopo una laurea di qualsiasi tipo.

Certo, questo punto non era nella proposta che anch'io ho votato all'unanimità, in quel frangente necessaria perché l'unanimità di del consenso ha messo in moto il processo legislativo; poi ho portato avanti questa idea personale che è stata recepita dal legislatore. L'ultimo progetto di legge, pubblicato anche da Franco Abruzzo, prevede proprio questo tipo di accesso alla professione, che implicherebbe la non esistenza di alcuna divisione dal punto di vista giuridico tra pubblicista e professionista, ma solo ed esclusivamente una diversa impostazione sindacale, senza pertanto alcuna differenziazione di natura ordinistica.

Rimangono da inquadrare gli attuali iscritti agli elenchi speciali. Anche per questo ho formulato una mia proposta pubblicata in un recente articolo. Potrebbe essere previsto un esame, sulla falsariga di quanto fa adesso l'Ordine di Roma, con la puntualizzazione, dal momento che il diritto ad esprimere il proprio pensiero attraverso scritti non può venire precluso a nessuno in quanto è sancito dall'art. 21 della Costituzione, che si tratta soltanto di una iscrizione finalizzata ad assumere delle responsabilità di tipo professionale (direzione responsabile) con certe limitazioni da definire in seguito, quali ad esempio tiratura od altro. Di conseguenza, in analogia di quanto avviene tra ingegneri e geometri, l'elenco speciale potrebbe prevedere l'accesso per i diplomati di media superiore a seguito del superamento di un esame ordinistico, e non di un esame di Stato, come configurato dalla Costituzione.

Grazie.

SILVANO BERTOSI

*Consigliere
nazionale*

Dare dignità al mondo del pubblicitismo. Un conto sono le parole e un altro i fatti. Nell'informazione il pubblicitismo è dentro fino al collo. E' coinvolto e partecipe.

Nei "giornalismi" il mondo del pubblicitismo è variegato, complesso, talvolta ostacolato, con tante promesse disattese. Da parte di tutti.

La relazione di Enrico Paissan e quella culturale di Ezio Ercole danno molti spunti di riflessione, forse è meglio dire di azione.

Primo punto: compensi che Paissan ha definito irrisori, ridicoli e io vorrei aggiungere offensivi.

Secondo punto: i nostri colleghi professionisti assegnano spazi sempre più ristretti ai pubblicitisti e li tengono sempre a distanza, figli di un dio minore.

Terzo punto: rapporto dialogico. Ebbene, noi giornalisti pubblicitisti siamo per questo rapporto. E' l'altra parte che non lo accetta.

Il continuo contrasto con i professionisti, che non va a vantaggio di nessuno, va risolto con un dialogo che chiarisca i tanti punti della questione affinché possano essere finalmente e definitivamente risolti.

Nel giornalismo scritto, radiotelevisivo, multimediale quanti giornalisti pubblicitisti operano? Un numero elevatissimo con molte cifre. Ma come operano, in che condizioni, con quali compensi e quali garanzie? Di garanzie ce ne sono molto poche se non nessuna. I compensi sono irrilevanti, oserei dire pidocchiosi. Non certo dignitosi.

La figura del pubblicitista ha una lunga storia. Nasce, infatti, nel 1877 e forse già da quel tempo sono cominciati i contrasti con i professionisti. Ma, mi chiedo, che differenza sostanziale c'è, a parte i com-

pensi molto molto diversi, fra il lavoro svolto da un professionista e quello fatto da un pubblicitista? La differenza, la sola forse, sta nel fatto che il primo svolge la sua attività in modo unico e continuo ed economicamente garantito, il secondo affianca il suo lavoro ad altri impieghi che gli permettono di vivere, necessari, appunto, per quei compensi miseri e scandalosi che percepisce. All'atto pratico, però, un articolo scritto da un giornalista pubblicitista viene pubblicato dal giornale e quindi è riconosciuto come valido allo stesso livello di quello scritto dal giornalista professionista. Dunque direi che i pubblicitisti non possono certo essere definiti dai professionisti, come ha ricordato il vice presidente Paissan, "infermieri, postini, portantini, imbianchini, posteggiatori" anche se svolgono queste attività come lavoro principale.

I professionisti si sentono forse dei primari, degli architetti, dei professori? Ma se il risultato ottenuto dal lavoro di entrambi è lo stesso?

Un articolo, o un servizio radiotelevisivo, approvato dal direttore o dal caporedattore e pubblicato perché rispetta tutti i canoni e le deontologie richieste sia ai professionisti che ai pubblicitisti, è sempre e comunque il lavoro di un giornalista.

26

Il lettore, che è il fruitore finale del lavoro di entrambi, apprezza l'articolo indipendentemente da chi lo ha scritto. Certo una "firma" famosa attira di più l'attenzione è, indubbiamente, sarà sempre seguita. Ma lo stesso lettore alle volte conosce la firma del pubblicitista e non sa quanto lavoro, quanto impegno, quanti sacrifici e quanto scarso, irrisorio compenso percepisce quel pubblicitista che scrive sugli avvenimenti dei paesi di provincia oppure scrive degli articoli specializzati. Per raccogliere le notizie percorre a sue spese, che non sono certo coperte dai miseri compensi che gli vengono corrisposti, un territorio abbastanza vasto. Pezzi pubblicati pagati tre euro lordi.

A questo ultimo discorso si collega quanto ho detto in precedenza sui termini usati da alcuni professionisti nei riguardi dei pubblicitisti. Vorrei fare presente, per esempio, che un infermiere, forse, può raccontare sulle colonne di un quotidiano, meglio di un professionista, la situazione di alcuni problemi della sanità che lui vive ogni giorno, così come un postino conosce i disagi che avvengono nella distribuzione

della posta e conosce molto bene il territorio e la realtà di ogni giorno.

Questa categoria dei pubblicisti, così bistrattata da colleghi che si sentono superiori, può essere indispensabile per portare a conoscenza della gente che ogni giorno acquista e legge i giornali, ascolta radio e televisione, si collega a Internet, quanto succede nel loro paese, nella loro città e, perché no, anche svolgere una importante funzione informando, per esempio, sulla cultura locale, su fatti piccoli ma grandi per chi abita in una determinata zona, su quanto, insomma, non comparirebbe mai sui mass media nazionali. Per questo, con l'evolversi dei modi dell'informazione, molti giornalisti pubblicisti vengono "utilizzati" a tempo pieno dagli editori che spesso offrono, in cambio, compensi inferiori a quelli dei professionisti, che svolgono lo stesso lavoro, e con contratti a termine.

Va ricordato che la definizione di pubblicista è questa: "Collaborazione esterna alla struttura redazionale, chiamata essenzialmente a sviluppare e commentare il dato informativo, nella sua applicazione culturale, scientifica o tecnica o anche pratica".

Bisogna sempre ricordare che la Corte Costituzionale, innovando la legge con sentenza n. 98 del 1968, ha deciso che un pubblicista possa essere "direttore responsabile" di qualsiasi organo di stampa (e aggiungo di informazione dato che nel 1968 i giornali on line era di là da venire).

Per quanto riguarda la revisione periodica degli elenchi degli iscritti all'Albo nazionale, se fatta con periodicità, serietà e severità dagli Ordini regionali, si vedranno emergere chiaramente i nomi di coloro che effettivamente scrivono sulle pagine dei giornali.

Si rende quindi necessaria una riforma dell'ordinamento della categoria. E qui sono chiamati in causa l'Ordine, il Sindacato e gli Editori.

Occorre riflettere seriamente sulla figura del pubblicista, sulla sua funzione, sui contratti e compensi offerti dagli editori e sulla definizione chiara delle attività che possono e devono svolgere. I pubblicisti, per primi, devono credere e affrontare il problema in tutte le sue componenti: deontologiche, professionali e retributive.

Al mondo del pubblicismo occorre dare la dovuta dignità.



LUIGI VIGEVANO

*Consigliere nazionale
triennio 2007/2010*

LIl pubblicitario e le nuove sfide dell'informazione. Riassumerei in tre parole i concetti che, secondo la mia opinione, esprimono la sfida del giornalismo del nuovo millennio:

Capacità: saper scovare le notizie, saper interpretare le necessità della società e anticipare le questioni. Sono queste le sfide di chi vuole lavorare nella comunicazione giornalistica.

Creatività: esprimere la propria capacità creativa nella scrittura.

Professionalità: verificare sempre con scrupolo la veridicità delle notizie nonché l'attendibilità delle fonti. Mai dare per scontato un'affermazione o una testimonianza.

Oggi più di ieri è molto importante non rimanere imbrigliati nelle "etichettature". Professionisti di grande livello talvolta sono costretti a svolgere mansioni poco attinenti alle loro capacità. Non si può e non si deve parlare dei giornalisti pubblicitari come figli di un Dio minore, bensì di un'attività in grado di contribuire alla pluralità dell'informazione. La dignità è un patrimonio che mal sopporta le differenze, soprattutto tra membri di uno stesso ordine professionale. Nel 1200, come documentato da Giorgio Vasari nelle "Vite", i pittori erano appartenenti ad una sorta di Ordine denominato "dei medici e degli speciali". Di conseguenza, a tutti gli effetti, i pittori di allora avrebbero potuto essere equiparati ai nostri "pubblicisti". Ovviamente la loro denominazione era una convenzione. Non avevano paura delle etichette né i medici, né gli speciali, né tantomeno i pittori. I pubblicitari di fatto sono giornalisti a tutti gli effetti. Questo vale naturalmente per coloro che abbiano indubbie capacità. Non

bisogna dimenticare che moltissimi sono i giovani che, usciti dalle Università, collaborano con importanti testate, cartacee o telematiche senza ricevere adeguati compensi. Tale situazione determina di fatto l'impossibilità di iscrizione all'Albo dei Giornalisti anche a causa della connessa obbligatorietà della contribuzione pensionistica. Ancora oggi moltissimi sono i giornalisti pubblicisti che ogni giorno con serietà e coraggio riempiono le pagine dei giornali, quotidiani o testate telematiche. Offrendo alla società una preziosa testimonianza professionale, soffrono in silenzio per colpe non loro e cercano con coraggio e determinazione di tornare a far risplendere il futuro della nazione.

Siamo in un periodo spinoso nel quale, con difficoltà, l'Ordine dei Giornalisti cerca di promuovere la dignità professionale anche attraverso la difesa di un equo compenso. I numeri degli iscritti all'Albo dei pubblicisti sono la testimonianza della potenziale forza contrattuale che la categoria potrebbe avere se, unita, riuscisse a focalizzare meglio i propri obiettivi.

30 Ritengo che il giornalismo moderno debba vedersi riconosciuto un più alto valore sociale e democratico.

Infine, pur cosciente di essere controcorrente, ritengo che il tempo della carta stampata non sia ancora esaurito. La potenza dello scritto non deve soccombere alla volatilità della notizia diffusa in TV o nella rete.

Fra pochi mesi saremo chiamati a rinnovare gli organi rappresentativi degli Ordini Regionali e Nazionali. Teniamo conto che davanti a noi vi sono obiettivi non più procrastinabili, scadenze che richiedono sforzi creativi e determinazione nonché tanto, e tanto lavoro da dedicare ai colleghi.

NICOLETTA MORABITO

*Consigliere nazionale
triennio 2007/2010*

Lo farò una dichiarazione forse un po' contro corrente. Non è la prima volta che in questa sala esce una sorta di "polemica" tra professionisti e pubblicitari. E' stato detto anche stamattina che ci sono alcuni professionisti che vorrebbero l'estromissione dall'Ordine dei pubblicitari. Ma questo succede in realtà per un motivo reale, e cioè che spesso i pubblicitari vengono iscritti all'albo perché ne hanno tutte le caratteristiche e le prerogative, e quindi ne hanno diritto. Poi, col passare degli anni, a molti succede di non fare più la professione di giornalista ma di smettere di scrivere e quindi di interrompere questa attività, però rimangono, perché pagano la quota all'Ordine e magari anche alla FNSI, di fatto giornalisti iscritti all'albo. Questo secondo me è un punto che andrebbe chiarito. Quindi, finché il giornalista scrive, pubblica, ha tutti i diritti di rimanere nell'albo, ma nel momento in cui, per svariati motivi, interrompe l'attività per tempi lunghi (per anni, ad esempio), dovrebbe avere la correttezza morale di togliersi dall'elenco dei giornalisti. Bisognerebbe anche che gli Ordini vigilassero su questo, perché dopo 15 anni che uno è iscritto rimane giornalista pubblicitario per tutta la vita, però nei primi 15 anni ogni due anni in teoria bisognerebbe fare una revisione. Cosa che gli Ordini regionali non riescono a fare. Questa non è un'accusa né una critica, è un dato oggettivo, perché fare questo tipo di controlli richiede una serie di interventi piuttosto complessi. Questo è un mio punto di vista, ripeto, un po' contro corrente, però bisogna anche renderci conto che esistono anche queste situazioni e che sono forse queste che innescano poi certi atteggiamenti polemici nei nostri riguardi. Un

altro fatto su cui vorrei intervenire è la questione dei freelance, che sono una figura professionale un po' trasversale, perché i freelance sono persone che scrivono fuori dal giornale, che non sono contrattualizzati ma che effettivamente fanno questa attività, e possono essere sia professionisti che pubblicitari. Attenzione però a non confonderli con i collaboratori, perché c'è confusione su questa figura. La figura del freelance è una figura ben precisa. Cioè è colui che, professionista o pubblicitario che sia, vive quasi esclusivamente del lavoro di giornalista. Anche il pubblicitario, per poter essere definito un freelance, a mio parere deve avere la metà più uno del suo reddito da fonte giornalistica. E si ritorna al problema, che hanno accennato anche altri e quindi non sto a rimarcarlo più di tanto, dei compensi. La gravità di quello che succede attualmente quando gli editori non pagano o pagano con dei ritardi enormi il lavoro dei freelance o dei collaboratori in genere è un fatto gravissimo. Gravissimo non tanto, se vogliamo vederlo dal punto di vista sindacale, del diritto del lavoratore ad avere una retribuzione adeguata, ma dal punto di vista dell'Ordine, se guardiamo l'aspetto della deontologia. Un lavoratore che è sottopagato e quindi sotto ricatto da parte dell'editore è più facilmente manovrabile e influenzabile, e quindi la sua libertà di pensiero secondo me viene sicuramente messa in difficoltà.

MARCO CARAMAGNA

*Consigliere
nazionale*

Ci sono realtà nel nostro Paese, in numero maggiore di quanto si possa immaginare, che attraverso il ruolo, l'impegno e la professionalità dei pubblicisti garantiscono una informazione puntuale di avvenimenti altrimenti dimenticati. Mi riferisco alle migliaia di testate presenti sul territorio con radici storiche di decenni quando non di secoli (basta guardare alla realtà piemontese dei settimanali e dei fogli centenari) che proprio nel nostro Piemonte stanno celebrando di anno in anno la loro data di nascita. E questi giornali hanno svolto e svolgono un ruolo di coesione sociale, di conoscenza dei problemi del territorio, di garanzia delle libertà, di cane da guardia (anche se è una espressione che non mi piace) del territorio di diffusione, perché un misfatto pubblicato da un giornale locale ha un impatto emotivo certamente superiore a quello pubblicato su un quotidiano nazionale. un giornale locale vive di pubblicità, di abbonamenti e di vendite nelle edicole. Può anche vivere bene se sa radicarsi tra la gente anche in tempi economicamente difficili come quelli che stiamo attraversando, ma certamente non può arricchire i suoi redattori e i suoi direttori, né tanto meno può elargire stipendi pari a quelli dei professionisti delle grandi testate. L'unica strada percorribile per la sopravvivenza diventa quella dei pubblicisti, che collaborano con la stessa passione e professionalità dei professionisti a realizzare un prodotto editoriale di sicuro apprezzamento e certamente completo di notizie e avvenimenti che coprono l'intero arco informativo: dalla cronaca alla politica, dallo sport agli spettacoli all'economia. Non solo, i periodici nel nostro paese vendono

milioni di copie settimanali (faccio solo un esempio: i soli 187 settimanali della federazione italiana settimanali cattolici vendono oltre un milione di copie alla settimana e rappresentano una delle spine dorsali dell'informazione del nostro Paese), senza dimenticare le centinaia di altre testate disseminate da Domodossola a Lecce, da Bolzano a Caltanissetta, radicate da sempre nel loro territorio e che fanno una informazione seria, completa e costante. Certamente i grandi dibattiti politici avvengono sui quotidiani perché rappresentano il luogo deputato della politica internazionale e nazionale, ma se deputati, senatori, consiglieri e assessori regionali, sindaci e presidenti di provincia aspirano a vincere un seggio fanno sempre conto sull'editoria locale. Che fare allora dei pubblicisti? La soluzione passa attraverso il punto 2 del documento di indirizzo per la riforma dell'Ordine attualmente in discussione alla Commissione Cultura della Camera. La strada non è certamente facile né rapida, ma dobbiamo percorrerla perché non è il futuro ma il presente del nostro ordinamento professionale. E' una opportunità che va colta per evitare che altri si inseriscano in meccanismi che non appartengono loro e che riuscirebbero certamente a guastare per incompetenza o interesse personale. L'Ordine invece ha in sé le potenzialità per autoriformarsi ed è doveroso farlo con la professionalità, l'intelligenza e l'esperienza di cui tutti i giornalisti sono dotati.

CARLO VERNA

*Consigliere
nazionale*

Venuto per ascoltare intervengo per mettere in guardia dal rischio che si possa creare una sorta di dicotomia tra i pubblicitari e i professionisti iscritti allo stesso Ordine. Faccio una premessa di carattere personale. Io sono stato iscritto per dieci anni, dal '77 all'87, all'albo dei pubblicitari, poi nell'87 sono diventato professionista e immagino di chiudere la mia carriera giornalistica come pubblicitario. Nel senso che, avendo anche superato gli esami da avvocato, vorrei negli ultimi anni della mia attività professionale dedicarmi ai problemi di diritto dell'informazione e contemporaneamente continuare a svolgere l'attività giornalistica, quindi da pubblicitario. Occorre un'attenzione fortemente unitaria alle questioni, per poi affrontare meglio le specificità. Il problema che si pone riguarda, a mio giudizio, le tutele per il giornalista pubblicitario nelle nuove sfide dell'informazione. Vivendo quotidianamente la trasformazione della televisione, mi sento di poter indicare nell'impatto delle figure professionali coi nuovi giornalismo il punto nodale. Per quanto riguarda la tv, per esempio già non c'è più una concorrenza tra canali ma tra bouquet. La RAI si è collocata sul mercato con tre canali da quando è nata nel '79 la terza rete, ma si proporrà sul mercato digitale con 13 canali. Il punto è: come si riempiono questi canali? Come si gestisce una concorrenza polverizzata vista la possibilità di fare televisione anche attraverso Internet? Come il tutto prende corpo tenendo conto del citizen journalism ovvero delle attività di documentazione ed informazione che il cittadino qualunque con gli strumenti moderni svolge e che magari poi indirizza verso chi coordina il lavoro giornalistico professionale? E quale sarà a questo punto il ruolo del pubblicitario? Il

tutto si lega con il problema fondamentale: le risorse. Il punto di partenza prima della trasformazione in corso già era drammatico, con molti editori che da troppo tempo sfruttavano il lavoro del pubblicitario. Anche noi abbiamo dato risposte insufficienti allo sfruttamento dei collaboratori. Abbiamo accettato il principio del praticante d'ufficio, perché costretto a lavorare senza retribuzione adeguata e senza contratto dall'editore, ma quando arrivava l'aspirante pubblicitario che non aveva avuto magari una congrua retribuzione e tuttavia aveva lavorato senza animus donandi, ovvero non aveva svolto la prestazione per volontariato, ma era stato sottopagato, la nostra risposta un po' pilatesca era quella di respingere il ricorso proprio a causa del pagamento insufficiente. Quindi abbiamo avuto due diverse velocità nella tutela dell'aspirante professionista e dell'aspirante pubblicitario. Mi darete atto che mi sono sempre battuto per sollecitare il superamento di questa interpretazione. Se vogliamo tutelare la deontologia abbiamo tutto l'interesse a favorire l'inserimento negli albi di chi effettivamente fa giornalismo. Si tratta di persone pronte a sottoporsi alle valutazioni deontologiche dell'ordine, e più gente fa informazione da iscritta, più il controllo può essere esercitato nell'interesse dei cittadini. È chiaro che va costruito un sistema di categoria che in cambio del sottoporsi a quote e regole dia qualcosa. Credo che su un punto abbia ragione Franz quando ogni tanto si alza e pone la questione INPGI, perché nel futuro, in cui di risorse non ce ne saranno abbastanza per fare tanti canali, il punto sarà questo: evitare che sia sfruttato il lavoro e che questo lavoro "rubato" vada a danno di chi professionalmente lo esercita. Da questo punto di vista il pubblicitario va tutelato anche di più, perché non votando nelle assemblee e non eleggendo i comitati di redazione è una figura che ha meno forza nel pretendere un sistema di tutele. Credo che su questo dobbiamo appuntare la nostra attenzione per non perdere la sfida con l'informazione del futuro. Proprio perché ci sono risorse insufficienti non si potranno avere numeri elevati di persone che vivono esclusivamente del lavoro giornalistico. Dunque la questione delle tutele per i pubblicitari diventa centrale e su questo tema andrà costruito dall'Ordine un rapporto intelligente di collaborazione con la Fnsi e l'Inpgi, in cui ciascuno con le proprie prerogative dia quel contributo indispensabile e indifferibile in questo tempo di trasformazione che viviamo.

ROBERTO ZALAMBANI

*Consigliere
nazionale*

Ringrazio Enrico, Vito ed Ezio per i loro appassionati interventi introduttivi e tutti i colleghi amici che sono intervenuti nel dibattito. Ringrazio Paissan e il gruppo di lavoro che hanno organizzato questo incontro, un incontro atteso ed auspicato dai giornalisti pubblicisti impegnati nell'Ordine nazionale e in quelli regionali, ma anche da chi di noi ha incarichi di responsabilità nel più vasto mondo dell'associazionismo dell'informazione. Chiedevamo da tempo di poterci confrontare sul nostro ruolo e sulla nostra identità, in tal senso l'appuntamento romano di oggi appare un punto di partenza e non un punto di arrivo, anche se giunge al termine di un triennio importante di lavoro all'interno e all'esterno degli organismi di autogoverno della nostra categoria. Tre anni nei quali molti dei presenti qui oggi, in questa bella sala dell'hotel D'Azeglio di Roma, sono stati impegnati in un lavoro spesso oscuro e poco conosciuto dentro e fuori la categoria, al servizio dei nostri colleghi, ma soprattutto al servizio della gente e dell'opinione pubblica. In questo breve intervento, partendo da queste premesse, vorrei fare con voi alcune riflessioni a ruota libera su quello che siamo oggi nella nostra professione ma soprattutto su quello che dovremo e dovremmo essere nei prossimi anni. Parlando poi anche a nome di tanti altri colleghi che sono in parte presenti in questa sala e con i quali in questi anni abbiamo condiviso incontri e percorsi, vorrei proporvi queste brevi considerazioni che vorrebbero essere anche traccia di alcune linee di azione per il prossimo futuro. In questi tra anni abbiamo lavorato al fianco dei colleghi e amici professionisti per arrivare alla riforma del nostro

Ordine, sempre puntualizzando tuttavia che questa riforma, che dovrà essere uno dei punti fermi dell'impegno di coloro che saranno eletti nei rinnovi del Consiglio nel prossimo mese di maggio, deve essere una riforma vera e non una riforma taroccata. Ovvero non può essere strumentale alla riduzione della rappresentanza dei giornalisti pubblicitari, dei quali vogliamo rivendicare la centralità nella nostra professione. Certo, una centralità per la nostra presenza quantitativa, come è stato sottolineato, ma soprattutto per quello che siamo e per quello che facciamo. In realtà, se ci soffermiamo solo un attimo a riflettere sulla composizione degli altri Ordini professionali e del nostro, la figura che più ci avvicina agli Ordini più significativi (parlo di medici, avvocati, ingegneri, commercialisti) è quella del giornalista pubblicitario, che spesso non è un lavoratore dipendente ma un professionista imprenditore di se stesso. Certo, troppo poco questo aspetto è stato valorizzato, soprattutto per colpa nostra, troppe volte ci impegniamo a rincorrere i giornalisti professionisti piuttosto che a rivendicare il nostro ruolo e la nostra funzione di garanti del cittadino che ha diritto di essere liberamente informato sui temi che riguardano la sua vita reale e le sue necessità di tutti i giorni e non solo informato sui grandi eventi, sulla politica gridata nei grandi media, in televisione o nelle prime pagine dei grandi quotidiani. Nessuna rincorsa dunque agli amici professionisti, ma un impegno lungo alcune direttrici di lavoro che proverò brevemente ad esporre. Noi vogliamo far conoscere di più e meglio all'opinione pubblica chi sono e cosa fanno i giornalisti pubblicitari; vogliamo rivendicare un ruolo attivo in qualunque progetto di riforma della professione e in qualunque iniziativa di riforma dell'Ordine e della Federazione della stampa; vogliamo lavorare per ripristinare la denominazione di giornalista pubblicitario al posto di giornalista collaboratore, una considerazione che ci umilia nello statuto del Sindacato; vogliamo collaborare con le nostre migliori professionalità affiancando e stimolando l'impegno formativo e deontologico dell'Ordine e l'impegno sindacale della Federazione della stampa; vogliamo lavorare per mantenere unita la categoria partendo dalla concretezza dei progetti e dall'impegno di servizio; vogliamo lavorare per l'abolizione dell'elenco spe-

ciale dell'Ordine dei giornalisti che di fatto penalizza fortemente i giornalisti professionisti e pubblicisti (i direttori di pubblicazioni nella sola Emilia Romagna sono oltre 1200 che ci tagliano fuori da quasi tutte le possibilità di reddito); vogliamo lavorare per rimuovere le discriminazioni di ordine legislativo, normativo e contrattuale per ripristinare e rendere vincolante il tariffario minimo delle prestazioni giornalistiche e per avviare un processo di federalismo contributivo nell'Ordine dei giornalisti che valorizzi gli Ordini regionali che attivano servizi e progetti a vantaggio dei propri iscritti; vogliamo moltiplicare le iniziative formative a livello regionale e interregionale per far crescere la professionalità dei giornalisti pubblicisti valorizzando i gruppi di specializzazione. I colleghi del Consiglio regionale dell'Emilia Romagna qui presenti in sala svolgono un lavoro che sta facendo scuola a livello nazionale, e li ringrazio. Vogliamo rivendicare il diritto dei giornalisti pubblicisti a far sentire la propria voce su tutto ciò che riguarda il mondo dell'informazione e l'impatto con i cittadini. Vogliamo infine realizzare canali di informazione tra di noi per far conoscere la realtà dei giornalisti pubblicisti (chi sono, cosa fanno e dove esercitano la loro professionalità). In questo lungo percorso che ci attende, in questo e negli anni a venire, non è fuori luogo il riconoscimento che daremo a fine giornata all'amico e collega Gianni Campi, che nella nostra professione ha portato dedizione, competenza e professionalità: le doti, appunto, che i giornalisti pubblicisti devono mettere sul piatto principale della bilancia della nostra professione. Buon lavoro a tutti.



ELIO DONNO

*Consigliere nazionale
Componente Consiglio di Disciplina*

Gli interventi che mi hanno preceduto, ultimi quelli dei colleghi Verna e Zalambani, hanno già affrontato degli argomenti su cui volevo soffermarmi.

Desidero comunque unire, a quello già espresso da altri, il mio compiacimento al vice presidente Paissan e a Vito Scisci per questo convegno. Convegno che, quando è stato pensato, poteva apparire come un'assemblea di parte col rischio di accentuare o proporre quella frattura col mondo professionistico, che è diventata un odioso ritornello.

Le relazioni così equilibrate e approfondite, gli interventi che ho seguito hanno invece riproposto il tema del ruolo del pubblicismo in seno al giornalismo in una visione comune dei problemi che il mondo dell'informazione è chiamato ad affrontare.

Quindi tutto in una proiezione positiva, nel quadro di una programmazione rivolta al futuro. Questo è già un modo per potere affermare, alla faccia dello scetticismo dilagante, che il convegno, quale che siano le conclusioni, ha già ottenuto il successo da voi auspicato.

Io sono un pubblicista storico, risale al 1959 la mia data di iscrizione all'albo, ero un giovanotto pieno di speranze e di entusiasmi. Le speranze se l'è portate via il tempo, gli entusiasmi sono rimasti. Dico sempre a Michele Partipilo, che è stato mio presidente, che sino a quando ci sarà l'entusiasmo non ci saranno dati anagrafici, quando questo verrà meno staccherò la spina. Bene, degli argomenti in discussione ne approfondisco uno, che deve servire a tutela dei pubblicisti che svolgono pubblicismo, ed è quello dell'accesso.

Noi ci portiamo questa palla al piede di una legge del '63 che ahimè aveva una sua ragione allora ma non ce l'ha più adesso. Io sono colui il quale (non sono autocitazioni) moltissimi anni fa, da vice presidente di Bari, si accorse che stavano venendo fuori le radio e le televisioni private, ma con la legge del '63 non ci azzeccavano perché la nostra legge istitutiva parla di radio televisione. Allora ci inventammo un modello che fece il giro d'Italia: il modello Bari. Così cominciammo ad iscrivere all'albo dei pubblicisti quanti lavoravano nelle radio e televisioni private. Fatta la legge, però, trovato l'inganno.

Ci rendemmo conto che, in presenza di eventuali non esistenti direttori responsabili - lo diceva Oronzo Valentini che è stato presidente dell'Ordine di Bari - in una notte anche un pastore della Murgia può documentare una collaborazione ad una radio privata: si fa aiutare a mettere assieme una raccolta di giornali, trascrive dei dati, poi va a fare un versamento di ritenuta d'acconto dicendo che è stato pagato in ritardo e via, il gioco è fatto”.

42 Perché dico questo, cari colleghi? Perché già nella riforma all'esame della Camera, fatta ahimè per poter raggiungere l'obiettivo con molti compromessi, la parte nostra è una parte molto limitata e molto provvisoria; si fa cenno a colloqui e ad altro. Dico questo non per forma di giustizialismo ma per tutela dei pubblicisti, dei tanti pubblicisti che oggi non fanno solo quell'attività del professionista (medico, avvocato, ingegnere) che scrive anche di musica, ma che svolgono attività a tempo pieno e reggono da soli i giornali. Io ho lamentato in Consiglio nazionale e lo ripeto qui di una aberrazione che si verifica, di quotidiani anche importanti che portano all'esame dei pubblicisti, esami per professionisti, superano gli esami e appena tornano, entusiasti di essere diventati professionisti, si sentono dire “Bravo per la promozione, ma l'assunzione da art.1 te la scordi” E, allora, che si fa? Si costretti a mettere nel frigorifero il titolo di professionista e, bene che vada, ecco il paracadute dell'art. 36, contratto pubblicisti a tempo pieno. Sono delle realtà che si trovano in quotidiani di livello nazionale.

Ciò significa quindi che vi sono tanti pubblicisti che fanno i professionisti. Allora le soluzioni vanno trovate e vanno trovate a livello

ordinistico, e mi auguro che questa fronda che c'è con la Federazione della stampa possa superarsi con buona volontà di tutti, perché il superamento di tali situazioni è legato anche ad una simbiosi di attività con l'organismo sindacale, affrontando anche il problema del ruolo dei professionisti freelance.

Io so di molti pubblicitari che fanno lavoro a tempo pieno, non contrattualizzati, che per me sono dei freelance, con le stesse caratteristiche e la stessa dignità del freelance professionista. Ecco perché dico che in questa fase di interregno ci vuole un po' di rigore, non per penalizzare chi si vuole avvicinare al pubblicismo, ma perché tecnicamente vi sono dei provvedimenti fatti bene ma gli Ordini regionali dovrebbero vedere se chi si appresta a chiedere l'accesso effettivamente svolge tale attività. Vi sono vicende nelle quali si fa lavorare uno per due anni, con la promessa di fargli acquisire il titolo di pubblicitario, ma con l'avvertimento che, una volta ottenuto il tesserino, non avrà più spazio nel giornale.

E creiamo così delle situazioni che non vengono criticate da me per uno spirito corporativo, ma per tutela di chi, già pubblicitario, svolge pubblicismo.

Certo, siamo alle prese con una legge che è superata, ma che può essere modificata solo con un'altra legge, per cui spesso delle iniziative assunte da alcuni Ordini per aggiornare le norme rischiano di sfociare, al di là delle buone intenzioni, nella illegittimità. Quindi, le modifiche e le integrazioni non possono che restare entro gli steccati posti dalla legge istitutiva, sino a quando qualcuno non riterrà, finalmente, di darcene una nuova.

Nel frattempo, una raccomandazione: sui approfondiscano a tutto campo gli elementi della non occasionalità delle collaborazioni e della retribuzione effettiva, in modo che chi accede nell'elenco pubblicitari ci entri a pieno titolo con la dignità vera e non formale del pubblicitario.

Ho registrato, poi, la proposta di Zalambani di pensare all'abolizione dell'elenco speciale, e la condivido perché quell'elenco ormai è un nonsenso. Aveva la sua ragione d'essere nel 1963, ma io sfido chiunque a prendere una rivista qualsiasi di questo o quell'Ente, di

questa o di quella associazione e vedere se ha le caratteristiche di rivista specializzata. Noi abbiamo portato al Consiglio nazionale delle proposte per respingere alcuni ricorsi. Uno riguardava una rivista edita in una regione del Nord edita da più associazioni, una rivista bellissima, altro che elenco speciale. E allora se queste associazioni vogliono essere presenti in edicola con quella veste tipografica, chiamino un giornalista professionista o pubblicitario e gli si affidi la direzione.

Non voglio dilungarmi. Nel pomeriggio inizieremo l'ultimo atto della nostra consiliatura. Credo che anche in Consiglio nazionale la divisione tra pubblicitari e professionisti non vi sia stata. Quindi compiacimento per questo convegno, che sono certo sarà il primo di una serie che consenta di camminare assieme, creando delle tutele per tutti e facendo sì che giornalisti professionisti e pubblicitari, nella differenza dei ruoli, ma in simbiosi con chi fa solo giornalismo, possano sempre più marciare assieme, tenendo conto che i nemici non sono gli uni o gli altri ma oggi il nemico è l'editore, che cerca di rompere il fronte, che sfrutta, che crea situazioni, che divide, e spesso, in occasione di scioperi, spesso incide nella coscienza dei soggetti più deboli e meno tutelati.

44

Non dimentichiamolo. Spesso nella passione delle polemiche tra di noi o tra noi e altri organismi dimentichiamo che abbiamo dei soggetti con cui confrontarci (il termine nemico è brutto) che si chiamano editori.

Se lo terremo sempre presente eviteremo inutili polemiche, ed eviteremo di farci male col cosiddetto 'fuoco amico'.

GIOVANNI FUCCIO

*Consigliere
nazionale*

Devo registrare intanto che in qualche modo anche in quest'aula aleggia l'antica questione della contrapposizione tra i cosiddetti giornalisti "pubblicisti" e "professionisti".

Sarebbe ora che questa storia finisse, i pubblicisti hanno le loro specificità, sono semplicemente delle persone che fanno un'altra professione e poi anche i giornalisti. Punto.

E' stato osservato che questa è un'anomalia tutta italiana perchè in nessun Paese d'Europa esistono i giornalisti pubblicisti ma solo giornalisti e basta. E' vero. E' così, ma in Italia abbiamo una tradizione particolare, una storia diversa e se è venuta fuori questa figura del giornalista pubblicista non è per caso ma per una serie di ragioni storico-letterarie che non è qui il caso di analizzare.

Qualcuno qui si è esercitato a riferire alcune statistiche che indicano come gli elenchi dei "pubblicisti" siano pieni di portinai, macellai, commessi e bidelli. Credo tuttavia che se il nostro amico si metterà a fare una ulteriore statistica, potrà constatare che tantissimi sono anche gli avvocati, i medici, i professori, i docenti universitari, i magistrati, alti magistrati, importantissimi professori universitari che peraltro non disdegnano di stare insieme in un elenco con persone che attendono a professioni o mestieri meno importanti.

Su questo punto concludo affermando che sono ben altri gli argomenti che dobbiamo affrontare giusto come hanno detto gli amici Carlo Verna e il collega Donno. Occorre cioè guardare avanti e pensare però contemporaneamente alle cose che dobbiamo aggiustare nella nostra casa, nel nostro ambiente. Partiamo dai ricorsi che ven-

gono portati all'attenzione del Consiglio in materia di iscrizione nell'elenco dei pubblicitari, ebbene quante volte dobbiamo constatare che esistono delle disparità di comportamento tra i vari Ordini regionali. L'accoglimento di una pratica di iscrizione per i pubblicitari in alcuni Consigli regionali è una cosa facilissima, in altri è una cosa difficilissima, e noi naturalmente andiamo a verificare queste situazioni che sono delle anomalie che dobbiamo correggere. Ecco, è su queste cose che dobbiamo d'ora in poi richiamare la nostra attenzione piuttosto che attardarci nelle polemiche inutili. Ci sono una serie di cose che vanno sistemate, soprattutto a partire dall'iscrizione. Le cifre che sono state date sono sicuramente molto gonfiate. Esiste per esempio l'obbligo delle cosiddette revisioni biennali per ogni iscritto pubblicitario ma tutti sappiamo che vengono sistematicamente disattese dalla quasi totalità dei Consigli Regionali. Allora se non ci mettiamo a fare queste cose, non ci possiamo poi lamentare che all'occhio dell'opinione pubblica non godiamo credito, non solo come giornalisti pubblicitari ma anche come professionisti. Perché, diciamo la verità, anche la storia degli esami per coloro i quali vogliono diventare professionisti è un po' come avveniva anni fa negli esami di Stato, dove venivano promossi il 99,9%.

Ma non è possibile, non è credibile una situazione di questo tipo dove si fanno degli esami e vengono promossi il 99,9%, se non il 100%. Su queste cose dobbiamo cominciare a riflettere, perché tutto questo all'esterno da di noi un'immagine poco credibile. Il discorso dell'abolizione dell'Ordine dei giornalisti sembra essersi raffreddato, ma penso che prima o poi verrà fuori e dobbiamo pensarci a tempo.

Un altro nostro difetto è che non curiamo l'immagine del nostro Ordine. Oggi nel mondo dell'informazione i talk show ci fanno compagnia dalla mattina alla sera per tutti i canali, e lì non si parla d'altro che di informazione. E' possibile che nell'ambito dell'Ordine non ci siano delle persone capaci che possano portare lì il pensiero dell'Ordine dei Giornalisti? Io non sento mai qualcuno che dice: "io rappresento l'Ordine dei giornalisti e l'idea dell'Ordine dei giornalisti su questo tema!". Quindi noi non siamo presenti. Registro con piacere che da un po' di tempo anche il nostro Presidente fa delle dichia-

razioni su vari avvenimenti che vengono puntualmente messe anche sul nostro sito, questa è già una forma di presenza diffusa attraverso l'ANSA.

Dico queste cose così, ma ce ne sarebbero tante altre da dire, perché credo che ci dobbiamo porre il problema oggi imprescindibile della immagine dell'Ordine dei giornalisti che deve essere portata all'esterno e deve avere una sua validità, sistemando prima le cose all'interno rafforzando o creando un settore studi che promuova convegni e seminari nella complessa materia dell'informazione.

Mi sia consentito soltanto dire che questa azione di recupero e promozione dell'immagine dell'Ordine dei giornalisti va iniziata dal basso. Noi l'abbiamo fatta attraverso il Concorso "Fare il giornale nelle scuole".

Una iniziativa che mi onoro di portare avanti da quasi un decennio con alcuni colleghi dell'omonimo Gruppo di lavoro.

Certo, mettere insieme ogni anno mille giovani giornalisti in erba provenienti da scuole di tutta Italia per riflettere sui temi dell'informazione è una operazione piena di significati e soprattutto di apertura al mondo della scuola che per troppo tempo abbiamo tenuto separato dal mondo dei giornalisti.

E' dai giovani che bisogna partire per poter recuperare la nostra immagine.

E' insomma la strada del "Fare" che dobbiamo percorrere e non quella delle sterili polemiche che non servono a niente e a nessuno.



MARIO BERNARDINI

*Consigliere nazionale
triennio 2007/2010*

Sono lieto di questa occasione che mi permette di esporre alcune personali riflessioni di giornalista pubblicitista alla presenza del Presidente del Consiglio Nazionale, del Vice Presidente e di molti colleghi professionisti in questo Convegno che può rappresentare l'ultima occasione di parlare come Consigliere Nazionale al termine del mandato triennale ed in attesa delle prevedibili novità per il prossimo.

Novità che non dovrebbero limitarsi soltanto ad una da tempo auspicata riduzione nel numero dei Consiglieri e dei nomi di quanti attualmente ne fanno parte, ma anche per le attese sottintese nel titolo scelto per questa riunione : 'Pubblicismo e nuove sfide dell'informazione'.

Tutti sappiamo che per chi redige un articolo per un giornale senza indicarne il titolo esiste l'incognita sul come sarà presentato il contenuto dal titolista e che ciò prescinde dalla qualifica di chi lo abbia scritto. Oggi, però, la parola 'pubblicismo' non deve ingannare su quelle che sono le nuove sfide dell'informazione.

Siamo in un convegno di giornalisti 'pubblicisti', ma sembra più una riunione di Consiglio Nazionale e, infatti, nell'occhiello della presentazione dell'evento è chiaramente riportato "Ordine Nazionale dei giornalisti.

Anche il sottoscritto, abitualmente, legge in un giornale prima il titolo e poi, se il titolo è attraente, i contenuti, che seguono sempre se riguardano argomenti di personale interesse o dei quali mi considero competente: ad esempio, come medico, quelli che riguardano la salute.

Dopo i relatori che mi hanno preceduto concordo con loro sulla necessità di definire cosa si intenda per pubblicità considerando quelle che sono le sfide dell'informazione.

Pubblicità oggi significa anche comunicare oltre ad informare ed è pertanto necessario considerare le sfide dell'informazione a prescindere dell'essere giornalista professionista, pubblicitario, freelance o praticante, per i quali è comunque previsto lo specifico titolo professionale di giornalista, ma anche per quanto è divulgato da direttori di 'testate' inserite nell'elenco speciale o per notizie da chiunque rese di pubblico dominio e a qualsiasi titolo.

Allora la sfida dovrebbe essere anche per chi sia o si ritenga responsabile di una informazione-comunicazione qualificata.

E 'le sfide' non sono più soltanto un problema di qualifica di chi le ha redatte, ma di una informazione giornalistica fatta non soltanto 'da chi', ma anche 'come' e con quali sistemi e procedure per essere letti, ascoltati, visti e ... contattati da chi legge, vede, ascolta e ..., oggi, naviga in internet.

50 Una sfida, dunque, anche per il Consiglio Nazionale dell'Ordine dei Giornalisti e per la Federazione Nazionale della Stampa Italiana. Ma non solo.

Torniamo al pubblicità che è giornalismo in evoluzione, come il sistema di comunicare oltre che di informare: una evoluzione che riguarda la professione e che riguarda i mezzi di informazione.

Per quanto riguarda i mezzi di informazione, perché di quelli e del loro progresso tecnologico vorrei prima parlare: ho ascoltato l'intervento dell'amico Vigeveno e poi di un collega che ha detto di essere attualmente un professionista, ma di essere stato pubblicitario e che probabilmente tornerà ad essere pubblicitario. Vigeveno è stato promotore di un pannello che è esposto nella nostra sede per illustrare la storia degli strumenti del giornalismo da Gutenberg fino ad Internet.

I sistemi e i mezzi di una volta sono diventati quelli che sono oggi, ma oggi chi li utilizza? Oggi sono da tutti utilizzabili e, particolarmente con Internet, chiunque può dire di comunicare e fare informazione' e di gestirla anche a titolo individuale. Allora la sfida del 'Giornalismo', più che del 'Pubblicità', è del futuro dei giornalisti e

della loro occupazione professionale; non è più soltanto basato sulla capacità dell'uso dei mezzi disponibili, ma anche sulla capacità di informare correttamente da parte di chi li usa e, in prospettiva, di preparazione individuale e competenza dell'argomento di cui si tratta.

Inserendo Internet tra i mezzi di informazione ho precisato la possibilità di un suo individuale utilizzo. Diversa è però la situazione per i mezzi tradizionali che per una informazione giornalistica destinata alla collettività sono ormai gestiti da strutture economicamente dirette da editori e nelle quali i giornalisti, salvo eccezioni, trovano per lo più spazio per una collocazione lavorativa professionalmente retribuita.

Ne consegue che la corretta informazione giornalistica è condizionata da due componenti: economia e professionalità.

Ma il 'giornalismo' può rispondere soltanto per la professionalità dei giornalisti che contribuiscono al prodotto finale e soltanto per il loro personale contributo.

L'informazione-comunicazione ha così subito nel tempo il condizionamento economico nello svolgere il suo irrinunciabile compito di strumento di utilità sociale non solo per il singolo ma per la collettività nazionale nel quale non può essere assente la politica per un doveroso impegno di governo della Società.

Non è questa la sede per parlare di economia e politica e non solo per la nostra Nazione.

Oggi non sono presenti gli Editori e sono assenti anche i politici mentre si avverte una crisi dell'economia. Per la professionalità si parla di Riforma delle professioni.

Torna il problema del pubblicismo. Ma quale pubblicismo? Quello qualificato.

Dobbiamo tornare a considerare non l'articolo della Costituzione che permette a chiunque di esprimere le proprie opinioni, ma al dovere di informare da parte di quanti siano in grado non soltanto di fornire opinioni, ma anche di dare notizie che siano qualificate per consentire il formarsi delle opinioni e prendere decisioni sia singolarmente che socialmente condivisibili.

Non più un problema di giornalisti professionisti o pubblicisti, ma

un impegno di contributo al futuro dell'informazione giornalistica per il ruolo oggi assegnato ad un Ordine Professionale e al Sindacato che tali professionisti rappresenta.

Con questa prospettiva mi sia consentito di lasciare un messaggio al Consiglio Nazionale per il prossimo triennio.

Sono Consigliere Nazionale, non sindacalista, anche se Presidente del gruppo di specializzazione della stampa medica per la Federazione della Stampa.

Per l'Ordine dei Giornalisti ritengo irrinunciabile perseguire un obiettivo di qualificazione uguale per tutti particolarmente per quanto riguarda le tecnologie della informazione-comunicazione e che prescinde dalla successiva distinzione di giornalista professionista, pubblicitista o quant'altro.

Una formazione che sia contemporaneamente garante di preparazione giornalistica nel trattare in modo completo e corretto qualsiasi notizia e argomento considerato d'interesse per la collettività, senza dimenticare che la Società è risultato globale di suoi singoli componenti.

52

Per il Sindacato sarà utile conservare una struttura organizzativa che consenta una piattaforma contrattuale unitaria anche per garantire un giornalismo che possa affrontare le sfide dell'informazione e aiutare la Società a superarle con generale soddisfazione.

Il problema che propone il titolo di questo convegno è, a mio parere, essenzialmente di natura etica e deontologica per un futuro di autonomia professionale in un giornalismo pronto ad informare superando le sfide di un progresso tecnologico purché non condizionato né condizionante economicamente.

Accettando le nuove sfide dell'informazione il giornalista potrà contribuire a migliorare le condizioni di vita e lavoro dell'uomo sia nel suo comportamento privato che in tutte le sue prerogative e diritti di espressione sociale.

DINO FRAMBATI

*Vicepresidente
dell'Ordine regionale della Liguria*

Paissan ha avuto il grande merito di far parlare dei pubblicisti (io sono alla terza legislatura) come mai se ne è parlato. E parlarne è già qualcosa, è già stato molto, perché in effetti prima non se ne parlava neppure. Poi mi corre l'obbligo di complimentarmi con il mio amico Ercole che ha, col suo stile che definirei audacemente tra Dante e D'Annunzio, detto delle cose molto belle. Mi è piaciuto il lato storico. Chiedo invece scusa a Scisci se c'è stato qualche problema con la mia segreteria e non gli abbiamo mandato i numeri. Non dipende da me, è successo qualcosa e ancora stamattina mi hanno chiamato e mi hanno detto di dirti che purtroppo non sono riusciti a mandarti questi numeri, ma se vuoi un po' di numeri te li do io. Siamo circa 2000, 1200 sono i pubblicisti e 800 i professionisti, siamo in maggioranza, come siamo in maggioranza in Italia. Si dice che in democrazia la maggioranza vince, rivendicheremo la presidenza dell'Ordine, a questo punto. Io sono pubblicista per scelta e sono orgoglioso e felice di esserlo, non vedo alcuna contrapposizione con i professionisti con i quali, facendo molta cronaca nera, sono a strettissimo contatto. Nessuna contrapposizione, quindi, ma semmai c'è un lavoro parallelo. Soltanto che il problema del pubblicista è che l'informazione, organo portante della nostra democrazia nel Paese socialmente più avanzato in Europa (io queste cose le ho dette a San Francesco Da Sales di fronte al presidente della CEI, che è anche il mio arcivescovo trovando una qualche solidarietà), credo che il padre di tutte le battaglie sia il discorso che in una democrazia dove l'informazione è un perno, è essenziale, è indecente, immorale, osceno che

la maggior parte dei pubblicitari viaggia con compensi dai 3 agli 8 euro per giornali nazionali. Vi faccio un esempio. Ieri sera ero in TV con una collega che per un giornale nazionale passa il pomeriggio in Consiglio Comunale (fa Consiglio comunale a Genova) prende 8 euro lordi e bisogna vedere se poi c'è la notizia. Perché se non c'è la notizia, arrivederci e grazie. Io stesso lavoro da almeno un quarto di secolo con i giornali nazionali, a volte passo il pomeriggio a rincorrere le notizie e poi faccio quindici righe. Siccome vale la quantità e non la qualità, mi ritrovo poi con pochi spiccioli. Per fortuna faccio l'imprenditore e ho l'azienda di famiglia, nella quale azienda oggi potrei dare, nonostante la crisi, lavoro ad una decina di persone, ma purtroppo darò lavoro a due o tre perché oggi il lavoro costa moltissimo. Ma se a me, imprenditore nel settore arredamento, fosse concesso di fare quello che possono fare per legge gli editori, potrei dare lavoro a moltissime persone. Perché cosa fa l'editore? Io che sono corrispondente dalla Liguria pur di giornali nazionali prendo un compenso sui pezzi usciti (lo sapete come funziona il meccanismo, no?), Se lo facessi con la donna delle pulizie o col trasportatore che mi fa le consegne sarebbe lavoro nero, con sanzioni di 20 mila euro. Sto dicendo delle cose che sono reali, pragmatiche, se poi parlo di palanche è casuale. Perché ascoltiamo Ezio Ercole che col suo eloquio forbito e la sua grande cultura ti dice cose bellissime, però poi bisogna anche essere pragmatici, e proprio con lui ne abbiamo parlato mille volte: o viviamo di rendita, oppure lavoriamo per mangiare. Per cui, per conto mio, ma credo che sia opinione condivisa perché me lo dicono quotidianamente colleghi che mi mandano mail, credo che se non risolviamo questo problema non si possa fare nulla e si rimanga in un'empasse eterno. La prima cosa da fare è questa. Siamo sinceri, ma perché 1200 pubblicitari? Restiamo in 200/300. Se l'economia del giornale non si può permettere 100 collaboratori, se ne permetta 10 e li paghi decentemente (facciamo 30 euro a pezzo o 40). Perché voi provate un po' ad andare da un avvocato o da un medico che sono protetti da Ordini professionali: ti dicono le ho applicato il minimo, sono le tabelle. E voi giornalisti? Io mi vergogno. Va beh, pensi pure che sono ricco e che guadagno tanto, perché c'è veramente da vergognar-

si. Se non superiamo questo, non riusciremo mai ad uscire da questo empasse. E poi ricordiamoci che se non lavorassimo noi pubblicisti, probabilmente molti giornali chiuderebbero; anzi, forse siamo la forza e la spina dorsale dei giornali. Ecco, io ho un po' d'orgoglio nel rivendicare tutto questo, però sento che nell'Ordine contiamo poco o nulla, nonostante lo sforzo, ribadisco, di Paissan, col quale ho avuto stretti contatti in questi anni e che effettivamente ha dato l'anima, ed oggi questa manifestazione è un esempio di come il parlare del pubblicista riesca a suscitare problemi e anche a risolverli. E' stato ottimo il lavoro fatto anche da Scisci in questo tempo. Si dice del discorso della qualità, benissimo, il discorso della qualità è così fatto: l'imbianchino, il macellaio... Piuttosto io direi un'altra cosa. Provate ogni tanto a vedere quanti professionisti o pubblicisti, nostri colleghi, offrono spettacoli indecenti su trasmissioni sportive, pure nazionali. Credo che sia l'immagine più evidente, ma anche peggiore della nostra categoria. Lì veramente c'è da vergognarsi. Sono dottori in calcio, ma sono convinto che se li mandate al pronto soccorso a prendere quattro notizie di uno che si è ammazzato in vespa non sono capaci di farlo. E magari sono effettivamente professionisti! Allora, che fare? Direi che dobbiamo rivendicare un orgoglio forte e convinto di parità con i professionisti. Non credo nemmeno che siano i professionisti poi a frapporre dei problemi (aveva ragione chi ha parlato prima di me, che a volte sono gli editori proprio), però bisogna che l'Ordine faccia anche il sindacato in questo senso e risolva quel problema: meno giornalisti, ma quando si ingaggia una persona e la si fa lavorare, che sia la donna delle pulizie o sia il principe del foro degli avvocati, il lavoro va pagato. E' una questione di giustizia sociale, di moralità, di decenza e di democrazia. Altrimenti, così facendo, rischiamo di minare le basi stesse della nostra democrazia. Perché una informazione dove uno può essere sbattuto fuori da un momento all'altro se litiga col capo redattore, dopo 20 anni che lavora in un giornale, non prende liquidazione e se è malato non guadagna, voi mi dite che informazione è? E' per forza una informazione drogata. Grazie.



MICHELE TADDEI

*Consigliere nazionale
triennio 2007/2010*

Non so se è la sala, la sua atmosfera risorgimentale o i baffoni di D'Azeglio che ci sovrastano, però ho la sensazione (e lo dico con tutto l'ottimismo e la buona volontà) che per certi versi la discussione fin qui sentita sia stata ovattata rispetto a quello che sta succedendo nella nostra professione. Il pubblicismo in Italia ha numeri che sono importanti: il 70% dei giornalisti iscritti all'Ordine è pubblicista. Vero, ma che cosa fanno i pubblicisti? Insomma, 62mila iscritti esattamente cosa fanno? È credibile che siano 62mila avvocati, pubblici ministeri, medici, macellai, liberi professionisti che scrivono? Con i giornali che stanno tutto il giorno ad attendere che arrivi la notizia o l'opinione o l'editoriale del medico, del macellaio o del commercialista? Non è credibile.

Il 70% dei giornalisti iscritti all'Ordine, moltissimi di quei 62mila, a mio parere, fa il mestiere e contribuisce a comporre quei tanti giornalismo che esistono oggi in Italia. È vero, i pubblicisti sono previsti già dal '63, ma è negli ultimi quindici anni che esplodono i tanti giornalismo che oggi contribuiscono a fare informazione in questo Paese. E siccome siamo molti consiglieri nazionali e molti rappresentanti regionali, dobbiamo dirci queste cose ed entrare nel profondo di che cosa è il pubblicismo, oggi.

La sfida dell'informazione, dunque, è una sfida comune, e riguarda professionisti e pubblicisti, non può essere una battaglia ad esclusivo appannaggio di una parte ma è battaglia di chi fa informazione, e quindi chi la fa da professionista o da pubblicista.

Se domani ci fosse da tornare in piazza, come qualche me se fa,

contro un certo modo che ha il Potere di intendere i rapporti con la stampa, scendono i professionisti e i pubblicitari. E non è che scendono solo i primi e i secondi continuano a fare i macellai, gli avvocati, i pubblici ministeri, i commercialisti.

Credo che questa debba essere la sfida che tutti raccolgono su di sé, non la può prendere solo chi lavora in una redazione, contrattualizzato e sindacalizzato. È vero quello che dice Paissan che i giornalisti nelle redazioni sono più tutelati di chi è fuori, ma chi è fuori, appunto, fa tanti giornalismo: fa giornalismo dentro un ufficio stampa, dentro l'ufficio stampa di un ente pubblico dipendente ma non contrattualizzato, dentro l'ufficio stampa di ente pubblico contrattualizzato, lo fa da privato, lo fa da freelance, ha il suo giornalino locale oppure on line, lavora nella redazione di una televisione ma magari, contemporaneamente, ha anche il negozio di mobili.

Dunque, le sfide dell'informazione riguardano tutti. Rispetto a chi prima ha proposto di alzare la bandiera del pubblicismo, brandire in qualche modo una difesa di settore, io penso che la difesa sia di poter continuare ad avere organi di informazione nazionali che possono scrivere una cosa e l'altra in libertà, di avere organi di informazione locale e localissima, di avere una rete dove ci si può scrivere di cose che riguardano l'altra parte del mondo e cose che riguardano le nostre città, il nostro quartiere. Internet, ad esempio, serve moltissimo all'informazione locale, sono nati molti giornali on line e dentro quelle redazioni ci sarà, mi auguro, un professionista ma gli altri sono pubblicitari. Ne sono sicuro.

Forse loro hanno una sfida dell'informazione diversa da chi è dentro una redazione tradizionale? Io penso di no. Il problema, semmai, è chi veramente fa questo mestiere, perché se poi ad un certo punto lo si lascia, perché continuare a fregiarsene? Questa è una riflessione che bisognerà cominciare a fare. Se uno per 20 anni ha seguito la squadra di calcio e giustamente ha ottenuto il tesserino per poter andare allo stadio, ma poi smette, perché deve continuare ad avere il tesserino?

Tra un mese si va alle elezioni. Gli Ordini devono essere strutture vive, attive, non possono essere uffici notarili che applicano una leg-

ge vecchia e ti danno il patentino; devono essere soggetti vivi che controllano che chi fa questa professione la faccia veramente, che chi chiede il rinnovo del tesserino tutti gli anni effettivamente svolga un'attività, e poi si occupino di formazione e aggiornamento professionale.

Però è indubbio che se un ente pubblico fa fare l'addetto stampa ad uno che non è nemmeno iscritto all'Ordine, allora lì l'Ordine, a prescindere dal fatto che non lo preveda una legge, deve alzare il telefono, scrivere lettere, farsi vivo e protestare. L'Ordine, ribadisco, deve essere un soggetto vivo, attivo, non può stare lì solo ad aspettare i ricorsi. Quindi, in funzione di quella che deve essere la nostra professione, le sfide dell'informazione sono comuni.

Mi permetto, quindi, di dire che forse non tutti i 62mila pubblicisti iscritti sono giornalisti attivi, arricchiscono la nostra professione ma vi prego di non fare una battaglia di retroguardia, perché ha un sapore un po' retro, come quelle fotografie color seppia che vanno pur bene ma non dobbiamo dimenticarci che siamo nel 2010 e il problema è dare un futuro a questa professione. E non con lo sguardo rivolto al passato.



LUIGI COBISI

*Consigliere
nazionale*

Se posso esprimermi in maniera un po' cruda, vorrei sottolineare che il sistema ordinistico, del quale i giornalisti fanno parte con le altre professioni (dove, tra l'altro, per integrare quello che ha appena detto l'amico Taddei, viene anche il momento di restituire il sigillo e quindi dell'effettivo pensionamento) non garantisce il lavoro; cioè l'Ordine, per sua natura, non è un ufficio di collocamento e questo penso che bisognerebbe dirlo, perché, e lo vedo tutti i giorni con le persone con cui parlo, con quelli che si lamentano ma anche con tanti che sono illusi, pubblicisti e professionisti, non si può pensare che l'appartenenza ad un Ordine, che soprattutto è una qualifica e dunque uno stato della persona, una competenza, una capacità, possa essere tramutata automaticamente in un posto di lavoro. Non è così per gli avvocati, non è così per i commercialisti, non è così nemmeno per i giornalisti, men che meno in questo periodo. E per limitare le illusioni, e non vorrei dire gli illusionismi, occorre un'attenta riflessione su questo punto spesso lasciato solo sullo sfondo del dibattito.

61



ALEANDRO DI SILVESTRE

*Consigliere
nazionale*

Anche io sarò molto breve, dirò delle cose essenziali. Mi rifaccio all'intervento del collega Verna, il quale ha posto in evidenza un grosso problema che noi oggi qui dobbiamo risolvere in prospettiva, cioè creare un gruppo di lavoro, unitamente con la FNSI, affinché le vergognose elemosine che vengono elargite ai collaboratori pubblicitari finiscano, perché abbiamo una dignità, sia come persone, sia come giornalisti.

Quindi non è più concepibile percepire 2,30 euro lordi per un articolo che ci viene richiesto e che, spesso, è una notizia importante. Al nord, fino a poco tempo fa, la situazione era diversa, oggi, tutto è cambiato in peggio. Dobbiamo guardare al futuro per creare il giornalista collaboratore, preparato. La formazione, l'aggiornamento, sono temi imprescindibili, non solo per il giornalista professionista, lo sono di più per i pubblicitari.

Ordine e Fnsi creino un gruppo che vigili su temi importanti come l'etica, la deontologia e una retribuzione dignitosa. Quanti siamo, cosa facciamo. Le revisioni sono previste dalla legge del '63 perché, diciamoci la verità, essere iscritti all'ordine fa sempre comodo. Oggi però, l'evoluzione che cresce comprende vari modi di fare il giornalista, ciò non toglie che si debbano rispettare le regole e non dimenticare che va rispettata la persona. Dovremmo sollecitare gli Ordini regionali ad attuare le revisioni per avere giornalisti più qualificati. Infine c'è un altro punto importante che tanti Ordini regionali hanno trascurato, il collegamento simultaneo con l'Ordine nazionale che consentirebbe di avere il numero esatto degli iscritti. A tutt'oggi, pur-

troppo, ci sono alcuni Ordini che hanno disatteso i numerosi solleciti. Si suppone che ci siano particolari interessi. Se arriverà il giorno della nuova riforma che dovrebbe prevedere un taglio cospicuo di consiglieri, i giochetti non avranno più modo di esistere. In conclusione, dignità per il giornalista collaboratore, aggiornamento professionale, eventuale colloquio-esame per iscriversi all'Ordine.

ELIO PEZZI

*Consigliere
nazionale*

Anch'io mi associo a quanti hanno ringraziato Enrico Paissan e il 'suo' Gruppo di Lavoro per questi tre anni di impegno, durante i quali i temi legati al Pubblicismo sono venuti alla luce in maniera più chiara e diffusa. Avranno i limiti che avranno, come qualcuno di noi ha detto, ma ritengo che questo aspetto della professione giornalistica sia un fatto estremamente positivo, anzi credo che l'attenzione ad esso crescerà nei prossimi anni. Condivido pienamente il decalogo che l'amico Roberto Zalambani ha proposto: credo sia una delle possibilità più vere che i giornalisti pubblicisti possano avere, ovvero che possano essere meglio rappresentati sul territorio attraverso un'associazione che – non so oggi quali connotati avrà, ma, ne sono certo li avrà! – sia presente e porti avanti quello che l'amico Roberto ha anticipato e comunicato nel suo intervento.

A me preme un aspetto legato a questo lavoro, che è il lavoro giornalistico negli enti pubblici. Nel nostro Paese ci sono oltre 8.000 comuni, ci sono altri 4.000 enti pubblici tra regioni, province, asl, camere di commercio e chi più ne ha più ne metta, dove lavorano prevalentemente giornalisti pubblicisti, ma dove lavorano anche molte persone che non vedono riconosciuta questa professionalità. Vogliamo dare dignità a questo lavoro! Vogliamo che ci sia una contrattualizzazione anche per queste persone! Non so se abbia più senso, in questo tempo, che esista un unico Sindacato per tutti, oppure un'articolazione nuova, orientata a difendere i diritti di questi colleghi. Anche le tutele di mutua e previdenza meritano un serio approfondimento. Pochi mesi fa c'è stato un convegno promosso da Fnsi e

Ordine nazionale sul decennale della legge n. 150 del 2000, quella sugli uffici stampa pubblici, una legge che non è pienamente applicata, perché, ad esempio, non prevede sanzioni per gli enti pubblici che non la applicano. Le persone che lavorano negli enti pubblici e svolgono un lavoro giornalistico non sono riconosciute, sono sottopagate, dunque non sono contrattualizzate. Molte regioni applicano questa legge, pochi sono invece i comuni che lo fanno. Non si è ancora arrivati a un protocollo specifico per i colleghi che lavorano negli enti locali, come invece è avvenuto, pur con una remunerazione più bassa, per i colleghi che lavorano nell'emittenza radiotelevisiva locale. La legge prevede, ad esempio, che anche coloro che gestiscono gli Urp, i quali curano la testata, il sito comunale, siano iscritti all'Ordine, e non vanno dimenticati neppure i colleghi portavoce... Con questo voglio dire che ci sono tante persone che svolgono bene il mestiere di giornalisti senza il pieno riconoscimento della loro dignità professionale. Se non cambiamo oggi le cose, quando mai potremo farlo? Dobbiamo aspettare l'abolizione dell'Ordine per legge e la fine del Sindacato unico? Credo si tratti di un aspetto fondamentale per la nostra categoria, da affrontare subito, anche alla luce del processo di riforma della legge delle professioni appena iniziato in Parlamento.

ANGELO BAIGUINI

*Consigliere nazionale
Presidente Commissione Giuridica*

Direi che, come temevo, il convegno ha preso una piega abbastanza singolare e si è finiti ancora per fare della confusione. Le rivendicazioni sindacali credo che non debbano appartenere a questa riunione ma debbano essere fatte in un'altra sede, qui si parla di professione e di Ordine dei giornalisti. Dico questo perché purtroppo nel nostro Paese questa confusione causa poi anche dei danni. E mi riferisco a quando colleghi di quotidiani anche importanti su temi del giornalismo vanno ad intervistare i segretari dei sindacati e questi ovviamente commentano i problemi del giornalismo. Questo credo che sia abbastanza scorretto. Però farei un passo indietro, per dire che ritengo sia importante fare chiarezza a favore di chi vuole fare questa professione. Noi oggi assistiamo nelle redazioni periferiche, ma anche delle città, alla rincorsa al tesserino, all'iscrizione all'Ordine, perché c'è la convinzione che l'iscrizione all'Ordine significhi avere dei privilegi. Questo è profondamente sbagliato. Secondo me iscriversi all'Ordine, o comunque venire accettati all'Ordine, significa farsi carico di una serie di responsabilità e doveri, ma questi doveri non sono diversi per i pubblicisti e per i professionisti, sono gli stessi... Quindi nel momento in cui uno si iscrive all'Ordine dei giornalisti è tenuto a rispettare determinate regole deontologiche e tutte le Carte previste dalla nostra professione. Ecco, penso che l'Ordine dei giornalisti deve differenziarsi su questi aspetti, perché voi sapete bene che per scrivere su un giornale non c'è bisogno di essere iscritti all'Ordine, il fatto di esserlo dovrebbe garantire una preparazione, un aggiornamento costante che deve avvenire gior-

no dopo giorno. Questa è una professione che, rispetto a qualche anno fa, non si può più improvvisare, è necessario essere preparati. Ma la preparazione non finisce il giorno in cui uno supera l'esame, l'aggiornamento deve proseguire anche poi, successivamente, ed è qui che secondo me l'Ordine ha un ruolo importantissimo. Se rinuncia a questo ruolo di formazione e di certificazione della qualità dei suoi iscritti, secondo me l'Ordine non ha più motivo di esistere. L'Ordine deve fare una battaglia di qualità, una battaglia deontologica che è uguale sia per i professionisti che per i pubblicisti. I pubblicisti sono molti di più dei professionisti (abbiamo sentito cifre astronomiche, se volessimo buttarla in politica varrebbe forse la pena di fare un Ordine dei pubblicisti), ma se noi facciamo un Ordine dei pubblicisti io lo vedo come una sconfitta, perché significherebbe certificare quello che oggi è latente: giornalista di serie A e giornalista di serie B. E non sto qui a dire qual è quello di A e quale quello di B perché poi nascerebbe un'altra discussione. Quindi credo che siamo tutti giornalisti con la G maiuscola e quando siamo iscritti all'Ordine abbiamo tutti gli stessi doveri, e l'Ordine ha il dovere principale di farli rispettare.

MARIO PETRINA

*Consigliere nazionale
triennio 2007/2010*

Prendo la parola perché avverto l'esigenza di ringraziare il collega Gianni Campi, già vice presidente dell'Ordine nazionale ed io aggiungo "grande" vice presidente e grande uomo in rappresentanza dei colleghi pubblicitari. Caro Gianni, ti devo delle scuse formali perché può sembrare che dopo alcuni anni, o in questi alcuni anni, io non abbia mai chiesto. Io mi sono sempre informato, come altri colleghi, del tuo ottimo stato di salute fisica e mentale e ti so attivo più di sempre nell'interesse della nostra società civile. Quindi grazie. Questo convegno che chiude la legislatura di questo Consiglio nazionale è importante per un dato: perché sottolinea la presenza e la valenza dei colleghi pubblicitari nel panorama dell'informazione nel nostro Paese. Se faccio questa affermazione la faccio perché, con Gianni, nel periodo della nostra consilia tura, organizzammo un convegno, come ricorderanno anche gli altri colleghi, Una occasione perché fosse significato che i colleghi pubblicitari avevano la pari dignità. Ma questo dato viene sottolineato da un altro: le presidenze di commissioni di questo Consiglio nazionale - quella giuridica e quella culturale - hanno come titolari colleghi pubblicitari. Io in quella occasione fui in qualche modo deriso, senza tanta simpatia, da colleghi che si permisero di dire e di scrivere che io ero il presidente dei pubblicitari. Io non rinnego nulla, perché nella mia storia professionale personale c'è la tanta fatica di un giovane che era diventato pubblicitario e che quando seguì le vicende del terremoto del Belice in Sicilia era in compagnia di un grandissimo professionista, il collega Candido Cannavò, del quale si scriveva all'inizio dei servizi "dal

nostro inviato”. Io ero il giovane Petrina che veniva identificato, pur scrivendo tanti articoli per ogni pagina che si faceva con “nostro servizio particolare”. Non avevo un contratto, come tantissimi ancora oggi, ero orgoglioso di essere pubblicitista ma aspiravo a diventare praticante e professionista acciocché potessi avere un contratto. Ma ricordo anche un altro dato che dovrebbe certamente anche ricordare il collega Del Boca, perché quando si era in Federazione della stampa si chiese e si ottenne che l’art. 1 del contratto fosse applicato anche ai colleghi pubblicitisti, se svolgevano lo stesso ruolo dei professionisti a parità di prestazioni. E fu un dato importantissimo che la collega Del Bufalo comprese e del quale noi portammo l’orgoglio, perché a quel punto davamo pari dignità ai colleghi pubblicitisti che a quell’epoca lavoravano anche nei giornali, prevalentemente o sostanzialmente, costringendo così gli editori in qualche modo a iscriverli nell’elenco dei praticanti per poi far loro sostenere gli esami da professionisti. Questa era la realtà, ma è cambiata nel corso di questi ultimi quindici anni con l’online, con il computer, con il modo diverso di fare i giornali e con un modo diverso di informare attraverso tutti i meccanismi dell’online, che chi è nato nel “1820” come me magari non conosce, ma che i giovani nati nel 1980 non soltanto conoscono ma sono dei professori che possono assolutamente insegnarlo. Allora l’Ordine nazionale, gli Ordini regionali e la legge attuale (della quale ancora non vedo traccia di riforma a distanza di anni) che cosa devono contemplare? Quali sono le esigenze? Intanto abbiamo una categoria che nel tempo rischia di scomparire ma è importantissima, quella dei colleghi fotografi, dei quali si è perso il segno per gran parte nei giornali. Eppure sono professionalizzati, bravi e parte importante dell’informazione di questa categoria. Poi ci sono gli uffici stampa e quant’altro. Credo che la prossima consigliatura, per chi ci sarà, dovrà essere caratterizzata in termini obiettivi e concreti da un lavoro che va fatto per i primi sei mesi, certamente entro il primo anno, di proposte che non possono essere racchiuse all’interno del Consiglio nazionale, proposte che hanno bisogno dell’apporto dei consiglieri nazionali ma anche del grande supporto di personaggi qualificati del mondo dell’informazione e delle professioni all’esterno

di questa categoria che rischia di chiudersi. Occorre che tutti si facciano carico, quelli che verranno in Consiglio nazionale, di questo problema, ma occorre altresì, per quanto ho sentito negli interventi di alcuni, che questo organismo si trasformi in parte attiva per quanto concerne la deontologia professionale e la sanzione dura di chi sbaglia. Nel campo dell'economia, quante notizie infondate! Nel campo dello sport, dove esistono oggi interessi enormi con i diritti televisivi e sportivi. Credo che il gruppo di lavoro abbia lavorato, però non ho visto successive indicazioni o manifestazioni di livello che portassero l'Ordine all'esterno, si è rimasti chiusi all'interno, probabilmente per mancanza di tempo, probabilmente presi da altre organizzazioni. Ecco, credo che abbiamo il dovere di guardare ai colleghi pubblicitari come a colleghi che hanno assolutamente la pari dignità, ma abbiamo anche il dovere di preparare soluzioni. Mi diceva un tempo, quando lo mettemmo in una commissione per la privacy, il prof. Giovanni Conso, torinese, giornalista pubblicitario, che è diventato pubblicitario scrivendo di cavalli su "Tuttosport". Dobbiamo capire che questi personaggi sono importanti in un quadro complessivo in cui si tenga conto di tutte le professionalità, perché se i colleghi pubblicitari decidessero di togliere la firma e di non prestare la loro opera, non so dove andrebbe l'informazione dei giornali, soprattutto quelli di carattere regionale o provinciale. Queste sono proposte che può avanzare l'Ordine, dopo averne parlato, perché non c'è bisogno di fare polemiche, con la FNSI; il sindacato ha un compito, ma l'Ordine ha il compito primario di essere l'unico organismo che per legge in questo paese deve rappresentare tutti i giornalisti. Grazie.



LORENZO DEL BOCA

*Consigliere nazionale
Già Presidente del Consiglio nazionale*

Esprimo l'apprezzamento e la soddisfazione per la riunione, per il tono del dibattito, per i contenuti che sono stati espressi. Naturalmente i ringraziamenti sono innanzi tutto per coloro che hanno guidato questo dibattito, Scisci, Paissan, Ercole, ma in generale tutti coloro che hanno avuto la capacità di un approfondimento davvero significativo. Qualche rilievo. Il primo che mi viene in mente è che noi abbiamo ragionato per un verso di un mondo che non c'è e per un verso di un mondo che ci piacerebbe che fosse. La fotografia che ci ha presentato Scisci, credo faticosissima da costruire mettendo insieme dati, elementi e suggestioni che venivano dagli Ordini, da mettere insieme, da equilibrare, da considerare con percentuali, è la fotografia ufficiale di questo spicchio di categoria, però è una fotografia falsa, nel senso che non è vera. Perché in questi grandi numeri, in queste decine di migliaia di persone ci sono professionalità non omogenee, non uguali, non simili e a volte estremamente diverse. Perché in queste migliaia di colleghi che si occupano di informazione ci sarà pure il macellaio di Voghera, ma c'è anche Ugo Stille che ha diretto il Corriere della sera, che sono figure talmente distanti da essere addirittura incompatibili. E questa confusione è determinata purtroppo dalla vecchiezza di una legge che dal '63 ad oggi fa sentire il peso della sua anzianità ormai eccessiva. Nel 1963 c'era un canale televisivo e un canale nazionale radiofonico; oggi ci sono 1200 radio e 850 televisioni. Ora ne nasce una, ora ne sparisce una, è difficile tenere il conto. Nel 1963 non c'erano problemi di serie A, non c'erano problemi di serie B, non c'erano problemi di valori diversi, per-

ché c'erano colleghi che facevano questa professione a tempo pieno e c'erano colleghi che, avendo un altro lavoro, fosse anche quello di fare il macellaio, si occupavano anche di informazione. Erano quindi due binari paralleli sui quali però camminava il treno, camminavano i vagoni e camminavano i veicoli. La cosa si è complicata dopo il '63, quando la nostra popolazione giornalistica ha finito per essere pubblicista per occuparsi di giornalismo a tempo pieno, oppure di giornalisti professionisti che, travolti dalla crisi, si trovavano a fare un'azione di informazione a metà e metà. Questo ha obbligato a degli interventi anche significativi, uno lo ricordava Mario Petrina: che il contratto nazionale di lavoro comincia da un certo punto in avanti (credo '92/'93) a prevedere che l'art. 1 non sia appannaggio dei giornalisti professionisti, il 2, il 12 e l'allora 36, che era il part time che si applicava solo ai pubblicisti, ma degli articoli che potevano essere indifferentemente applicati ai pubblicisti e ai professionisti. Anche un professionista poteva avere l'applicazione dell'art. 2 o 12 e anche un pubblicista poteva avere l'applicazione del tempo pieno ex art. 1. E sulla base di questo ragionamento la federazione della stampa trasforma il proprio statuto, per cui non si parla più di professionisti e di pubblicisti ma di professionali e collaboratori. A qualcuno la terminologia non piace, ma evidenzia un problema, e cioè che la platea di coloro che fanno informazione non è distinta da una linea di demarcazione che passa dall'attribuzione di una professionalità come l'Ordine riconosce e come l'Ordine non può diversamente riconoscere per i lacci e laccioli della legge del '63. Qualche sforzo naturalmente è stato fatto, immaginando il praticantato freelance, immaginando di allargare le maglie di accesso alla professione, ma ancora oggi noi abbiamo due monconi di professione che in qualche modo non sono così distinti, non sono così distinguibili perlomeno, ma che hanno una zona grigia di sovrapposizione: pubblicisti che fanno il giornalismo a tempo pieno o giornalisti professionisti che fanno un'altra cosa, che dirigono le banche, che fanno i deputati, che fanno i ministri, che fanno i sottosegretari. Di questo dobbiamo tenere conto, perché da questa riflessione dobbiamo concludere che sarebbe sbagliato ragionare con elementi di separatezza che indeboliscono la

categoria e non la rafforzano, dobbiamo immaginare che questi due polmoni contribuiscono alla formazione dell'informazione e della formazione allo stesso modo e che i due polmoni debbono essere entrambi utilizzati per la respirazione e per il progresso e lo sviluppo della informazione. Il momento è naturalmente difficile, siamo probabilmente ad uno snodo e dobbiamo decidere se stiamo immaginando una informazione senza carta oppure se il nostro futuro sarà quello di un giornalismo senza informazione. Che sembra un ossimoro, però corriamo il rischio di non comprendere qual è la sfida del nostro futuro e quindi di non, non dico risolverla, perché per risolverla occorre mettere in campo tutta una serie di iniziative, ma di non comprenderne nemmeno i termini. Ci sono alcuni che sostengono che l'informazione del futuro sarà una sorta di informazione anarchica, dove ognuno sarà in fondo l'informatore di se stesso e un cronista da strada, con il cellulare, si fanno le riprese, si mettono su Youtube, si mettono su Twitter. Alcuni esempi che indicano questa sorta di anarchia dell'informazione vengono dalle vicende dell'Iran, dalle vicende della Cina, dove la libertà o non c'è o è molto ridotta, e dove le notizie filtrano perché qualcuno si impegna a farle filtrare. Il problema che però ci troviamo di fronte è se dovremo lasciare una informazione del genere, che adesso ha degli elementi di grande positività perché buca in termini di libertà gli elementi di copertura oscurantista, ma che domani possono diventare le informazioni di Bin Laden, perché anche Bin Laden buca le regole tradizionali per fare arrivare dei messaggi. Allora, immaginiamo una informazione che abbia delle regole, una codificazione, una deontologia, uno sviluppo, o lasceremo che l'informazione vada come l'acqua del ruscello che cerca il mare e che quindi va sempre in discesa? Dunque la sfida del futuro è soprattutto una sfida di deontologia, una sfida di professionalità che credo dobbiamo combattere, per quel che ci riguarda, su due settori fondamentali. Il primo è quello della istruzione e della formazione; il secondo è quello della busta paga, che sembra banale, prosaico e perfino troppo pragmatico, ma che è uno degli elementi della sopravvivenza dell'autonomia professionale e quindi della libertà. Il primo problema della formazione professionale è assolutamente

te fondamentale, perché soltanto chi sa tiene il punto sulle proprie idee. Credo che nelle redazioni, quando i colleghi giovani vengono avvicinati dal collega più anziano che gli chiede se sono proprio sicuri della cosa, se non è forse meglio levarla, si arrendono e accettano una sorta di autocensura indotta perché non sono ben certi di quello che dicono. Quello che sa invece tiene la testa alta e la schiena dritta perché è sicuro di quello che dice, magari perché lo ha visto (guarda signor capo cronista che io sono andato sul luogo del delitto e ho visto che il signore morto aveva la giacca a quadrettino è inutile che mi dici che ce l'aveva blu). E così anche sulle cose concettuali: c'è una scoperta scientifica dietro la quale si muovono interessi economici anche giganteschi, c'è la presentazione alla borsa valori di una determinata holding dietro la quale si muovono altri interessi giganteschi, c'è il fallimento della Parmalat piuttosto che le questioni nazionali delle società di calcio. Se il giornalista sa, non si fa ingannare e non si lascia intimidire dai superiori che possono avere altri interessi. Certo però che se il giornalista non sa è preda di tutti i dubbi propri e di tutti i dubbi indotti. Quindi il fatto che il giornalista abbia una capacità sua personale, un background culturale, diciamo background culturale, ma uno deve sapere quello che scrive, le cose di cui parla, altrimenti diventa difficile reggere il peso con la complessità del mondo che ci circonda, aggravato dal fatto che tempo non ce n'è più. Prima il giornalista aveva almeno 24 ore per cercare le notizie, metterle in gerarchia, controllarle, contattare un esperto del settore che lo mettesse nelle condizioni di comprendere ciò che stava avvenendo, e poi aveva il tempo di scrivere la sua informazione, che era soprattutto cartacea, per vederne la pubblicazione il giorno dopo. Adesso non è il giornalista che cerca l'informazione ma l'informazione che cerca il giornalista, ed io dico che purtroppo lo trova e lo trova impreparato, tempo di riflessione e controllo non ce n'è più, l'informazione è cotta e mangiata nel momento stesso in cui avviene. Le terre devastate dallo Tsunami hanno avuto una conoscenza nel pianeta anticipata rispetto a quella della popolazione che era stata investita dallo stesso fenomeno. Il Cile, l'Europa, l'Australia hanno conosciuto dello tsunami prima che le persone investite dallo stesso sapessero ciò che avven-

niva a casa loro. Il che significa che c'è un appiattimento del consumo della notizia nel momento stesso in cui la notizia avviene, il giornalista non ha più tempo per riflettere. O il giornalista sa già di suo e quindi è nelle condizioni su quel fatto di metterci un valore aggiunto, che è il vero pregio dell'informazione, oppure il giornalista si limita ad essere un postino che trasmette da un luogo all'altro una informazione senza l'intervento di mediazione, senza essere lui stesso il medium, che precisamente il ruolo della professione e anche la legge professionale gli attribuiscono. Il fatto di prepararsi, di leggere dei libri, di non avere vergogna di dire di averli letti e di ritenerne i contenuti è assolutamente fondamentale. Noi immaginiamo che al professionismo si arrivi attraverso un corso accademico, corso universitario bilanciato sul tre più due, cioè una laurea di primo livello e poi un master professionalizzante, ma dobbiamo renderci conto (abbiamo già avviato il progetto) che questo deve avvenire anche per i pubblicisti, proprio per la questione che dicevo prima. Perché se il pubblicista fosse il pubblicista del '63, che è contemporaneamente un professionista e un pubblicista, il problema sarebbe già risolto dai fatti in sé, perché sarebbe protagonista di una parte dell'informazione legata alla sua specifica professionalità della quale lui è maestro e donno. Se però il giornalista pubblicista è il giornalista professionista che non può diventare professionista e può diventare direttore del Corriere della sera (perché nei fatti Ugo Stille è diventato direttore del Corriere della sera) è chiaro che l'Ordine dei giornalisti deve avviare un processo di formazione anche per i pubblicisti, se non proprio uguale, certo molto simile a quello dei professionisti, in modo tale che sappiamo di che cosa si parla quando parliamo della Carta di Roma, della Carta di Treviso, della privacy, ma anche quando si parla di processo penale e di diffamazione, perché possono trovarsi alle prese con queste situazioni. Questo è il primo cardine assolutamente fondamentale dal quale però non può essere disgiunto il secondo. La conoscenza è libertà, ma solo mezza libertà, perché l'altra metà di libertà sta nella busta paga. Non si può tenere la schiena dritta e la testa alta per 2 euro lordi a pezzo, allora bisognerà cominciare a decidersi a considerare la professione professionalizzante, non può esse-

re un volontariato, non può essere un hobby, non può essere uno sfizio. Io credo che, se uno non crede nel giornalismo, non ci si mette nelle professione, occorre un entusiasmo, un trasporto, un feeling con la professione che obiettivamente uno si deve sentire addosso. Presumo che se invece di essere in questa sala fossimo in una sala di medici, anche i medici direbbero che non si può andare a curare le persone se non ci si sente in qualche modo avvocati. E presumo che se andiamo in una sala di avvocati o di ingegneri, anche gli avvocati e gli ingegneri ci dicono che per mettere la toga bisogna avere qualcosa che un po' ti spinge verso questa professione. Ma certamente quella del giornalismo è fondamentale! Perché la curiosità, l'equilibrio, la voglia di capire, la voglia di approfondire, o uno ce l'ha nella testa e nel cuore, prima ancora che nella professione, oppure non sarà la professione a costruirla. Se uno è portato a tenere la schiena alta e la testa dritta può avere la schiena piegata e la testa inclinata per il fatto di non sapere o di non avere libertà, ma se uno non ha l'istinto di tenere la schiena dritta e la testa alta, non c'è nessuna scuola che glielo insegna. Io professori di libertà ancora non ne ho conosciuti, né so se potrà essere immaginata una cattedra del genere, però è chiaro che lo stipendio e la busta paga sono assolutamente determinanti. Credo che da troppo tempo ci si è preoccupati di aspetti formali e non ci si è preoccupati del fatto che troppe persone lavorano praticamente gratuitamente: per ambizione, per hobby, per desiderio, per entusiasmo, o forse nell'ipotesi di costruirsi una carriera futura che non ci sarà, e quindi investendo di fatto in una professione che poi si disperderà come la sabbia nelle mani. Però questo è un fatto assolutamente fondamentale per il quale bisognerebbe cominciare a coinvolgere gli editori. Mi domando: se un editore che fa giornali e costruisce anche palazzi, quando costruisce palazzi chiama un ingegnere così così, chiama un geometra che fa finta di fare l'ingegnere, o chiama Nervi, in modo tale che i progetti siano significativi, spendibili sul mercato e quindi vendibili anche con un buon risultato economico? Quando questo signore si trova a dover difendere una causa per il palazzo che ha costruito, chiama un avvocato così così, chiama un avvocato alle prime armi, chiama uno che 90 su 100 gli fa perdere la

causa, oppure chiama un signore che abbia esperienza nel settore e lo metta nelle condizioni di vincere? Ma allora perché questo signore, che costruisce i palazzi con i migliori ingegneri e che fa difendere i progetti dai migliori avvocati, prende delle persone alle quali attribuisce un valore così scarso da accettare che i dirigenti del suo giornale mal pagati li paghino ancora meno? Sta buttando via la propria proprietà. Se non butta via i palazzi, se non butta via le automobili, non butta via i computer, perché butta via Il Messaggero o La Stampa o la Repubblica? Bisognerà chiamare questi editori e dire loro che se gli editori inglesi la prima cosa di cui si preoccupano è la serietà del loro giornale, la credibilità delle persone che nel loro giornale ci scrivono, ma com'è che da Londra a Roma la distanza è assai di più dei 1500 chilometri geografici che le dividono? E' una sfida che certo i giornalisti devono sentire sulla pelle, ma è una sfida alla quale bisognerà richiamare anche i vari interlocutori di questo mega comparto delle informazioni e dell'editoria, che sono composti da un puzzle certo complicato ma dove tutto si ottiene. Questo per dire che la strada è lunga, anche se non si parte da zero. Le elaborazioni concettuali, culturali e deontologiche che abbiamo sono la testimonianza di una capacità di riflessione che in effetti ci aiuta.

Stampato nel mese di Aprile 2013

Stampa:
Società Cooperativa Editoriale
Cultura e Lavoro
Roma - Via di Vigna Jacobini, 5
Tel. 06.5572661