**Intervista a Gianni Barbacetto**

Milano, 21 Maggio 2016

L’anno scorso l’Italia ha ospitato nella città di Milano un evento di portata mondiale: l’Expo. Lo hai visitato?

# Gianni Barbacetto:

<<Sì, sono andato all’inaugurazione e altre cinque o sei volte>>

Cosa ti aspettavi di trovare, prima di andarci?

# Gianni Barbacetto:

<<Mi aspettavo più o meno quello che ho trovato, cioè una grande fiera, una specie di grande luna park che ormai è una formula vecchia. Mentre le grande esposizioni universali di inizio secolo erano il luogo nel mondo dovesi doveva andare per vedere le novità, la tecnologia,ed era una formula che funzionava, oggi invece ciò che c’è di nuovo lo vediamo in un click da qualsiasi computer.

L’Expo quindi è diventato un grande luna park.

Ci sono state anche cose istruttive, ma non è più il luogo dove vedere l’innovazione del mondo>>.

Il tema scelto per l’evento era “Nutrire il pianeta, energia per la vita”. Come pensi sia stato affrontato? E soprattutto, trovi che la mostra abbia dato un contributo concreto?

# Gianni Barbacetto:

<<Alcuni padiglioni hanno anche sviluppato in maniera interessate il tema. Ad esempio l’Austria, Israele. C’erano anche cose davvero interessanti.

La critica maggiore da fare è sulla Carta di Milano.Tutto questo lavoro di Expo doveva confluire nella costruzione di una carta per risolvere i problemi dell’alimentazione, dell’agricoltura e della fame nel mondo. La carta è stata fatta e firmata da milioni di persone ma non dalle organizzazioni più serie come la Caritas Internationalis, SlowFood e altre, perché la ritenevanouna lista di buoni propositi senza nessun obbligo ai paesi che firmano di realizzarli. È stata un’operazione ideologica.

Resterà, temo, lettera morta.

L’Expo è stato usato come icona dell’Italia che riparte, come la bandiera della politica che riesce a far vedere che il paese torna attivo.

C’è stato un utilizzo politico di Expo. Renzi lo ha propagandato appunto come icona dell’Italia che riparte. I giornali gli sono andati dietro. Un po’ perché pagati, un po’ perché siamo stufi della crisi. Diciamo che ci attacchiamo a quello che c’è, abbiamo voglia di parlare bene di qualche cosa>>.

Nel tuo articolo “Così Expo si compra i giornali” dichiari per l’appunto che alcuni di questi (*Il Corriere*, *La Stampa*, *La Repubblica*,ecc) siano stati finanziati per sostenere l’evento e per pubblicizzarlo.

Perché, secondo te, un evento così importante ha avuto il bisogno di pagare i giornali affinché ne parlassero bene?

# Gianni Barbacetto:

<<Expo aveva a disposizione molto soldi. Credo che dai conteggi finali risulti che l’operazione, nel complesso, sia costata più di 2 miliardi di Euro di denaro pubblico, ovvero di soldi di noi cittadini presi con le nostre tasse. Gli incassi sono stati, biglietti e sponsorizzazioni, circa 700 milioni. Quindi i conti della mostra stavano in questi due numeri: 2miliardi di denaro pubblico speso e 700milioni incassati. Expo aveva a disposizione molti soldi e quindi ha cercato di fare quello che avrebbe fatto qualunque manager che dirige un’operazione di questo tipo, pubblicizzare, in Italia e nel mondo la cosa, per far arrivare più gente possibile. Era evidente che i giornali andassero pagati per parlare bene di Expo in due modi:

* la pubblicità, e qui non c’è nulla di male; tu compri uno spazio sul giornale che costa x e ti fai pubblicizzare l’evento;
* oltre a questo Expo ha piazzato molti milioni non per comprare spazi pubblicitari, che sono trasparenti, li vedi, ma per aver buona stampa. Cioè per far fare ai giornali quelle cose redazionali, pagine e pagine dedicate all’evento, che non sono pubblicità ma un prodotto a metà tra giornalismo, e quello che i giornalisti “un po’ così” chiamano “marchetta”.

Certo, i giornali che hanno avuto da Expo un mucchio di soldi, in pubblicità e in quest’ultima parte, ci pensavano due volte prima di parlarne male. Mi sembra anche normale>>.

I quotidiani, in particolare quelli da te citati, sono riusciti in questo intento?

# Gianni Barbacetto:

<<Sì. Abbiamo avuto dei giornali che sono stati grandi tifosi di Expo, non avevano remore. Devo dire però che, quando si trattava di parlare delle inchieste giudiziarie, i cronisti giudiziari non hanno potuto non parlare delle cose negative di Expo: corruzione, le infiltrazioni mafiose, gli appalti dati un po’ cosi. I cronisti giudiziari hanno fatto il loro lavoro.

Accanto a questi però c’erano dei cronisti, altri, dedicati a parlare della bellezza di Expo. In alcuni giornali c’era proprio il giornalista o la giornalista che doveva trasudare amore per Expo. Devo dire, i soldi hanno aiutato a parlare bene dell’evento. Ma non c’era soltanto il denaro; credo ci sia stata anche la voglia politica di parlare bene di un’iniziativa politica perché si diceva “abbiamo gli occhi del mondo addosso, parliamone bene almeno noi visto che le cose brutte sono tante, come la corruzione. Vediamo di esagerare un po’ anche sul lato positivo, perché altrimenti è un disastro”.

Un po’ è stato fatto quindi per interesse economico, un po’ per iniziativa politica di voler parlar bene di un evento che doveva rappresentare l’Italia nel mondo>>.

Se anche tu avessi dovuto pubblicare un articolo riguardo all’evento, cosa avresti raccontato?

# Gianni Barbacetto:

<<Lo abbiamo fatto. Il giorno dell’apertura di Expo *Il Fatto Quotidiano*ha pubblicato un articolo riportandone le cose positive e anche i pareri positivi come quello di Lella Costa, che era madrina di Expo, o quello di altri personaggi. Nessuno nega che ci siano state delle cose positive, ad esempio il post evento che ha fatto parlare di Milano e dell’Italia anche nei giornali di tutto il mondo, o la Cascina Triulza che è stata ed è un’ottima iniziativa e diventerà la casa del volontariato e dell’OMG. Lo spazio di SlowFood, alcuni padiglioni che avevano sviluppato bene il tema. Il problema è: valeva la pena, nel suo complesso, buttare 2 miliardi di soldi pubblici per una manifestazione così? Quei due miliardi di soldi pubblici che otterranno forse risultati in termini di PIL che aumenta, anche se non lo vediamo, di occupazione, anche se non lo vediamo. Anzi in Lombardia l’occupazione è diminuita nel 2015. Nell’anno clou di Expo,abbiamo avuto meno occupati dell’anno prima. Non si potevano quindi ottenere gli stessi risultati, o magari risultati maggiori, investendo in un’altra cosa, che non fosse questa grande Disneyland? Questa è la domanda che secondo me i giornali non si sono fatti. Hanno invece cantato le lodi di questo evento, ad ogni costo, e senza farsi mai venire nessuna domanda e nessun dubbio>>.

Credi che quanto da te denunciato nella tua pubblicazione “Così Expo si compra i giornali”sia un caso isolato (riguardantesolamente l’Expo)?Oppure che sia un fenomeno ormai consueto nel panorama italiano? **Gianni Barbacetto**:

<<Ma no. Io è da quando faccio il giornalista che ho in mente un vecchio articolo di Giorgio Bocca1, che non

ricordo a proposito di cosa, citava una grande multinazionale delle pubbliche relazioni dicendo che quest’ultima aveva comprato giornale e giornalisti.

Il fatto che ci siano dei giornalisti che ricevono regali, viaggi gratis da organizzazioni di pubbliche relazioni o aziende, è comune. Il problema è che con questo evento è stato particolarmente visibile e clamoroso. Ma è, purtroppo, normale:

* uno, che le aziende si infiltrino nei giornali dando dei benefici, o in pubblicità e soldi, o addirittura anche in regali ai giornalisti per avere buona stampa. Quindi l’economia e la finanza.
* due, la politica. Sappiamo che nei giornali ci sono persone contigue alla politica e che vi sono dentro per parlare bene della loro parte politica. Anche gratis, in attesa di carriera. La carriera la fai anche grazie al fatto che tu sostieni il partito di governo. Questa purtroppo è una costante del giornalismo.

I giornalisti possono essere o liberi o lecchini. In Italia i lecchini sono molti>>.

1Cuneo, 28 agosto1920–Milano,25 Dicembre2011, è stato uno scrittore e giornalista italiano.

Pensi che questo sia una mancanza di professionalità oppure è un’evoluzione del giornalismo al quale ci dobbiamo abituare?

# Gianni Barbacetto:

<<Io forse sarò smentito dalla storia ma penso che assolutamente non dobbiamo abituarci a questa cosa e non dobbiamo rassegnarci. Soprattutto, i lecchini ci sono sempre stati nel giornalismo. Molti giornalisti si vendono, alcuni si vendono perfino gratis, perché hanno un’innata volontà di servire un padrone. Ma ci sono nei giornali, non solo nel *Fatto Quotidiano*, tante persone che fanno bene il loro lavoro, che non hanno nessuna intenzione di vendersi e che hanno la schiena diritta. Che vogliono raccontare le cose come stanno e fare quello che è il mestiere del giornalismo, ovvero il cane da guardia ai poteri. Del potere politico, economico,medico, scientifico, finanziario. Di tutti i poteri. Qualora non facessimo più la critica ai poteri, non saremmo più giornalisti, ma saremmo dei PR.

Io credo che appena una parte diventa serva, si aprono spazi di critica. *Il Fatto Quotidiano* è nato così. *Il Fatto Quotidiano* è un giornale che è nato in un momento di grave crisi della carta stampata, dove nessuno avrebbe mai pensato che un nuovo giornale di carta, venduto in edicola, potesse avere spazio in Italia perché nel mondo il mercato dei giornali di carta stava andando a picco. Noi siamo nati in un momento di crisi ma già i primi giorni vendevamo 200 300mila copie perché c’era un’attesa di un giornale che dicesse le cose che altri non dicono, che criticasse i poteri.

L’informazione è questo: o critichi il potere o non hai informazione>>

Ritieni che ci siano ancora dei giornalisti che si battono per la “buona informazione”?

# Gianni Barbacetto:

<<Sì, nel mio giornale ma anche in altri. Non basta essere coraggiosi. Bisogna avere buona tecnica. Devi fare un buon giornale, devi saper titolare, avere dei buoni manager che vanno in edicola perché comunque il giornale è un prodotto, particolare, ma è un prodotto. Però lo devi fare da un prodotto che ti dà informazione cioè critica dei poteri>>.

Secondo te il pubblico è vulnerabile a questo tipo di marketing?

# Gianni Barbacetto:

<<Si. Purtroppo viviamo in un mondo in cui ormai non abbiamo poche, ma troppe informazioni, e in cui la propaganda delle grandi televisioni, perché ormai i giornali li leggono in quattro gatti, hanno potere.

C’è il potere della propaganda. L’Italia non è un paese molto scolarizzato, molto attento all’ informazione, quindi il rischio di cadere nella propaganda c’è. Bisogna saper fare una anti propaganda, raccontando le cose, e non avendo paura di andarle a dire anche in televisione, per far capire che c’è il discorso del potere ma accanto c’è anche il potere di chi lo critica. Poi la scelta sarà dei cittadini>>.

Pensi che i cittadini siano consapevoli del fatto che i giornali facciano propaganda?

# Gianni Barbacetto:

<<Io credo che negli ultimi anni i cittadini italiani abbiano sviluppato una diffidenza per i politici ma anche per giornalisti. Una volta il giornalista era un lavoro di prestigio. Ora si è sviluppato nella società italiana una sorta di discredito verso i giornalisti, perché non raccontano la verità, sono dei servi ecc. Esattamente come i politici. Ma i cittadini hanno ragione. Spesso il giornalismo è un sottoinsieme della politica. Politica e giornalismo sono molto collegati in Italia, anche per via delle proprietà dei giornali che sono controllati dalla politica. A questo si aggiunge il web, che è un gran casino, dove c’è dentro di tutto: il buono, la propaganda. Il povero cittadino si trova quindi frastornato e dovrà imparare, nei prossimi anni, a farsi un suo giornale mentale mischiando giornali, web, televisione e farsi delle sue idee. Non è facile.

Ma d’altra parte, nei prossimi dieci anni, cambierà la faccia dell’informazione e io per primo non so che cosa succederà dell’informazione da qui a dieci anni>>.

Dove pensi si stia dirigendo giornalismo?

# Gianni Barbacetto:

<<A questo miscuglio di mezzi, dove dovranno affermarsi presidi di giornalismo vero.

Siccome in Italia il web è vissuto come gratuito, e gratis buona informazione non la fai, la scommessa sarà riuscire a fare buon giornalismo convincendo il pubblico a pagarlo, visto che gratis non si può fare.

Ci sono già dei tentativi, noi lo stiamo facendo, il Corriere lo sta facendo.In Francia si sono esempi importanti come *MediaPart*, Il *Guardian*.

Ma non sappiamo come si svilupperà questo mercato.

Io una cosa so però, che comunque si sviluppi dal punto di vista industriale, dal punto di vista dell’informazione è assolutamente necessario che il giornalismo sia libero. Che non sia servo dei poteri. Ma che sappia raccontare, in maniera affascinante, credibile, gradevole delle cose che sono l’osservazione, l’inchiesta sulla realtà. Il contrasto a quello che i poteri vogliono che noi scriviamo. Cioè il giornalismo di sempre.

Dobbiamo far vivere il giornalismo di sempre, attraverso mezzi nuovi e inediti>>.

*Maria Djokic 28/05/2016, Creazzo (Vi)*

*Email:* *maria.djokic@studenti.unipd.it*

*Email personale:* *maria.djokic92@gmail.com*