

DEMOCRAZIA E DIRITTI UMANI

LO STATO DELLA LIBERTÀ D'INFORMAZIONE IN ITALIA

Un difficile 2024 e l'analisi di prospettive future

Luca Bagnariol
Febbraio 2025



Lo stato di salute della libertà d'informazione d'Italia è divenuto uno degli argomenti centrali del dibattito pubblico italiano nel corso del 2024.



Gli scandali e le vicende che hanno coinvolto la Rai (Radio-televisione italiana – la società concessionaria in esclusiva del servizio pubblico radiofonico e televisivo in Italia) e il settore privato dell'editoria giornalistica hanno dimostrato che l'attuale sistema di governance dell'offerta mediatica nazionale espone al rischio di una sempre maggiore pressione promossa dal mondo politico e dai giganti dell'economia italiana.



Dai report internazionali, emerge la sempre maggior sfiducia dei lettori nei confronti dei media nazionali: un fenomeno che si innesta direttamente sulla crisi economica che colpisce il settore. Solo una serie di riforme che affrontino le problematiche del sistema mediatico nazionale può cercare di risolvere la situazione.

Sommario

GOVERNANCE DEL SISTEMA MEDIATICO ITALIANO	2
2024: L'ANNO DELLA CRISI	3
SOCIAL MEDIA: UNA NUOVA FRONTIERA	4
PROSPETTIVE FUTURE	7
Bibliografia	9

LO STATO DELLA LIBERTÀ D'INFORMAZIONE IN ITALIA: UN DIFFICILE 2024 E L'ANALISI DI PROSPETTIVE FUTURE

Tra i temi che hanno caratterizzato il dibattito pubblico italiano nel corso dell'ultimo anno, lo stato della libertà d'informazione ha occupato uno spazio centrale all'interno dell'agenda politica nazionale. Non a caso, all'argomento è dedicato un ampio capitolo della relazione sullo stato di diritto redatta dalla Commissione europea, il rapporto annuale con cui la massima istituzione continentale esprime le proprie raccomandazioni e preoccupazioni agli Stati membri. Temi come la «riforma sulla diffamazione e sulla protezione del segreto professionale e delle fonti giornalistiche» e il rafforzamento dei «meccanismi che assicurino un finanziamento dei media del servizio pubblico adeguato per l'adempimento della loro missione di servizio pubblico e per garantirne l'indipendenza» rappresentano due argomenti portanti della relazione della Commissione sull'Italia per il 2024. Simili preoccupazioni emergono concretamente anche nei report internazionali promossi dalle associazioni che si occupano attivamente del monitoraggio dello stato di salute dei sistemi informativi nazionali. Nella classifica annuale stilata da *Reporter senza frontiere* sullo stato della libertà d'informazione nello scenario globale, l'Italia occupa la quarantaseiesima posizione, con un peggioramento di cinque posizioni rispetto al 2023. Anche il report del *Centre for Media Pluralism and Media Freedom* segnala crescenti preoccupazioni sulle pressioni politiche ed economiche subite dai media italiani.

Il quadro che emerge da questi rapporti risulta particolarmente problematico: la crescita delle pressioni politiche sul sistema informativo nazionale e la generale crisi che ha investito il settore dell'editoria giornalistica nell'ultimo decennio non hanno fatto altro che acuire le problematiche strutturali che hanno da sempre caratterizzato il sistema mediatico italiano, tanto nel settore pubblico quanto in quello privato. Una breve panoramica sui sistemi di governance del settore ci permette di meglio comprendere la situazione attuale.

GOVERNANCE DEL SISTEMA MEDIATICO ITALIANO

Partendo dal sistema radiotelevisivo pubblico, a partire dal 1975 le riforme di governance della Rai hanno aumentato esponenzialmente l'ingerenza del sistema politico-parlamentare italiano sulle reti nazionali. La riforma Rai del 1975, che segna il passaggio del controllo del servizio pubblico dal governo al Parlamento tramite l'istituzione della

Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, ha dato avvio al processo di *lottizzazione* dei canali radiotelevisivi dell'azienda, termine con cui si indica la spartizione di questi tra le forze politiche italiane sulla base dei risultati elettorali precedentemente conseguiti. Il peso della politica nazionale sulla Rai è stato nuovamente rafforzato con la riforma del 2015 per il rinnovo della governance dell'azienda. La legge n. 220 prevede infatti la modifica della composizione del Consiglio d'amministrazione dell'azienda, ora composto da 7 membri (rispetto ai 9 precedenti): quattro nominati da Camera e Senato, due designati dal Consiglio dei ministri (su proposta del Ministro dell'economia e delle finanze) e un solo membro eletto dall'assemblea dei dipendenti. Come attualmente strutturato, lo sbilanciamento a favore delle nomine da parte della politica nella composizione del CdA Rai rappresentano la principale leva per aumentarne l'influenza sulla programmazione e sulla linea editoriale dei suoi canali, a sfavore però di un maggior peso decisionale degli stessi dipendenti Rai.

Il settore dell'editoria giornalistica privata affronta ben altre difficoltà. La crisi che ha colpito il settore nel corso dell'ultimo decennio, dovuta ad un generale calo delle vendite ed accompagnato dal crollo degli indotti della vendita degli spazi pubblicitari, ha portato alla fine dell'esperienza di editori puri alla guida delle principali testate italiane. Questo ha permesso ad alcuni dei principali gruppi economico-finanziari del paese, che presentano una propria serie di interessi politico-economici ulteriori rispetto alla sola attività editoriale, di acquistare i più importanti quotidiani italiani. Operazioni facilitate, inoltre, dall'assenza di una legislazione che regoli il conflitto d'interessi, con la normativa vigente che regola l'incompatibilità unicamente nell'ambito degli incarichi pubblici. Tra i casi principali, va segnalata l'acquisizione da parte del Gruppo Exor di *GEDi Gruppo Editoriale*, di cui fanno parte testate come *Repubblica*, *La Stampa* e il *Secolo XIX*, nell'aprile del 2020, con la famiglia Elkann che ha rilevato l'impresa dalle mani della famiglia De Benedetti, attiva nell'ambito editoriale da decenni. Altro caso rilevante è l'acquisizione da parte del magnate della sanità e senatore leghista Antonio Angelucci delle principali testate che si richiamano politicamente al centrodestra italiano: *Libero*, *Il Giornale* (acquistato dalla famiglia Berlusconi nel 2023 dalla famiglia Berlusconi) e *Il Tempo*. In entrambi i casi, le nuove proprietà hanno apportato delle profonde modifiche alle linee editoriali delle testate acquisite, in maniera tale da preservare i propri interessi politico-eco-

nomici. Come ulteriore effetto di questo nuovo assetto dei gruppi editoriali italiani, molte delle nuove proprietà, nell'ottica di abbattimento dei costi, hanno optato per la vendita delle testate locali presenti nei propri gruppi, le quale sono state poi acquistate da gruppi imprenditoriali con forti interessi economici radicati nei territori di competenza delle testate. Tendenza che ha visto soprattutto protagonista GEDI, come nel caso della cessione dei quotidiani *Il Corriere delle Alpi*, *Il Piccolo*, *Messaggero Veneto* - *Giornale del Friuli*, *La Nuova di Venezia e Mestre*, *Il Mattino di Padova* e *La Tribuna di Treviso*, tutti operanti nel Nordest italiano, alla Nord Est Multimedia S.p.a., società editoriale sostenuta da vari imprenditori dell'area capeggiati dalla figura di Enrico Marchi, che con la Save gestisce gli aeroporti di Venezia, Verona, Treviso e Brescia.

Questa tendenza del mercato editoriale italiano sta andando ad impattare profondamente sull'attività e sull'indipendenza delle redazioni, sempre più esposte all'influenza dei propri editori, intenzionati a salvaguardare i propri interessi economici tramite l'utilizzo della carta stampata.

2024: L'ANNO DELLA CRISI

Se è vero che queste tendenze vedono protagonista la stampa italiana da anni, non vi è dubbio che il 2024 è stato l'anno in cui il dibattito sullo stato dell'informazione in Italia ha raggiunto una centralità inedita all'interno del discorso pubblico nazionale. Questa novità è dipesa principalmente da una serie di episodi che si sono susseguiti nel corso dell'anno, che hanno interessato tanto la Rai quanto il settore privato dell'editoria giornalistica. Uno dei casi più eclatanti ha visto protagonista lo scrittore Antonio Scurati, che in occasione della celebrazione del 25 Aprile avrebbe dovuto leggere un proprio monologo nel corso della trasmissione *CheSarà*, condotta da Serena Bortone. È stata la stessa conduttrice, in seguito, a denunciare la decisione da parte della Rai di cancellare l'intervento, a causa della presenza nel testo di Scurati di dure parole nei confronti del Governo Meloni, accusato dallo scrittore di voler «riscrivere la storia» e non riconoscere la centralità dei valori resistenziali per la Repubblica italiana. Sia la dirigenza dell'azienda che la Presidente del Consiglio hanno negato la versione dei fatti di Bortone e Scurati, sostenendo che alla base della cancellazione dell'intervento vi fosse solo una valutazione economica, dovuta all'eccessivo compenso richiesto dallo scrittore per la partecipazione. Sia Scurati che Bortone hanno negato la versione della dirigenza Rai, con l'autore che ha concesso il testo a titolo gratuito alla trasmissione per permettere alla conduttrice di leggerlo in diretta. La polemica è tornata con forza dopo la decisione della Rai di sospendere la conduttrice, mentre l'amministratore delegato Roberto Sergio affermava che, per quanto fatto, «Serena Bortone doveva essere licenziata». Non è stato questo, però, il caso che ha maggiormente sconvolto il sistema radiotelevisivo nazionale. Il 6 maggio, l'USIGRai, l'organizzazione sindacale dei giornalisti dell'azienda, ha indetto uno sciopero di 24 ore. Nel comunicato pubblicato dal sindacato, la scelta dello sciopero viene così spiegata:

«Scioperiamo per difendere l'autonomia e l'indipendenza del servizio pubblico radiotelevisivo dal controllo pervasivo degli spazi di informazione da parte della politica. Continueremo a batterci per assicurare ai voi telespettatori il diritto a essere informati in modo equilibrato, affidabile e plurale. Saremo sempre dalla parte dei cittadini a cui appartiene la Rai.». Si tratta di un evento storico: per la prima volta, il dibattito sull'influenza della politica nell'operato delle redazioni Rai vede una presa di posizione netta da parte degli stessi dipendenti dell'azienda. Anche in questo caso, la reazione della dirigenza Rai non si è fatta attendere: nella sua replica, l'azienda ha negato l'esistenza di alcuna forma di censura, invitando il sindacato a non diffondere fake news che possano ledere l'immagine dell'azienda. L'USIGRai decide di proseguire sulla propria strada, ottenendo la partecipazione del 75% dei giornalisti della Rai allo sciopero. In risposta, l'associazione Unirai, che raccoglie la parte di lavoratori vicini politicamente alla destra, è riuscita a raccogliere il numero minimo di giornalisti per poter mandare in onda le edizioni del Tg1 e Tg2 del giorno, in un tentativo di boicottaggio dello sciopero stesso. La vicenda non ha fatto altro che rafforzare la polemica sull'influenza del Governo Meloni sul servizio pubblico nazionale, riassumibile nel termine «*Telemeloni*», coniato dalla stampa e dai partiti d'opposizione per indicare la narrazione favorevole all'esecutivo promosso specialmente dalla prima rete televisiva nazionale. Al centro delle polemiche non è finito solo il Tg1: anche il canale all news del servizio radiotelevisivo pubblico, Rai News 24, è stato duramente contestato, in occasione della copertura dei risultati elettorali delle elezioni legislative francesi del 7 luglio. In quell'occasione, il canale aveva deciso di aprire la propria edizione delle 22 con un collegamento dal Festival delle Città Identitarie di Pomezia, dove era presente anche il direttore Paolo Petrecca, ritardando la copertura dei risultati del secondo turno delle elezioni francesi, che avevano visto l'imposizione a sorpresa della coalizione di sinistra del Nouveau Front Populaire. Il comitato di redazione di Rainews24 ha pubblicato in seguito una dura nota di condanna nei confronti della decisione di Petrecca: «Un tempo - prosegue la nota - la nostra testata metteva in campo tutte le risorse per garantire un servizio impeccabile all'utenza, in occasioni simili. Chiediamo al direttore come sia possibile prevedere un approfondimento diverso quando tutte le tv del Continente hanno gli occhi puntati sulle elezioni d'Oltralpe. Verrebbe da pensare che alla debacle della destra il direttore preferisca non dedicare troppo spazio. Petrecca ritiene opportuno, in una serata come questa, dare spazio a un evento non scervro da interessi e legami personali. Una scelta che qualifica la deriva che ha preso da tempo la testata e per la quale ci sentiamo indignati».

Mentre le polemiche sulla Rai imperversano ancora oggi, anche il settore privato dell'editoria giornalistica ha visto l'aumento delle contestazioni da parte dei propri lettori, sempre più insofferenti nei confronti di un'informazione considerata parziale e guidata unicamente dagli interessi economici dei propri editori. Una delle tematiche che ha maggiormente scatenato le polemiche dei lettori è la copertura delle operazioni militari israeliani all'interno della

Striscia di Gaza, con la quasi totalità dei quotidiani italiani accusati di perpetuare una narrazione degli eventi segnata da uno spiccato bias filoisraeliano. Una delle testate più contestate, in questo senso, è sicuramente *Repubblica*. Le critiche nei confronti della copertura delle vicende di Gaza da parte del quotidiano non arrivano solo dai lettori, ma hanno visto protagonisti anche membri della sua redazione, come nel caso della decisione del giornalista Raffaele Oriani di interrompere la propria collaborazione con la testata dopo 12 anni, proprio a causa della narrazione degli eventi di Gaza promossa da *Repubblica*. Oriani ha spiegato le sue motivazioni in una lettera: «Quanto accaduto il 7 ottobre è la vergogna di Hamas, quanto avviene dall'8 ottobre è la vergogna di noi tutti. Questo massacro ha una scorta mediatica che lo rende possibile. Questa scorta siamo noi. Non avendo alcuna possibilità di cambiare le cose, con colpevole ritardo mi chiamo fuori». La risposta della redazione è stata un comunicato di sostegno alla decisione di Oriani, pur negando le accuse rivolte alla sua linea editoriale sul conflitto e richiedendo ai colleghi delle altre testate di non strumentalizzare la vicenda. Una vicenda che segna il momento di difficoltà attraversato dallo storico quotidiano e dal suo direttore Maurizio Molinari, che continua a dirigere la testata pur essendo stato sfiduciato dal comitato di redazione di *Repubblica* l'8 aprile di quest'anno. La decisione del CdR è dipesa dall'intervento di Molinari per bloccare la stampa del numero dell'inserto *Affari&Finanza* della testata, a causa della presenza in apertura di un articolo critico nei confronti del Gruppo Exor. Solo una volta eliminata la parte incriminata, il direttore ha permesso la pubblicazione del numero. Una censura e una prevaricazione sul lavoro svolto dalla redazione che il CdR di *Repubblica* ha deciso di contestare apertamente, votando la sfiducia al proprio direttore. «In questo modo viene lesa l'autonomia di ogni singolo giornalista di *Repubblica* e ciò costituisce un precedente che mette in discussione, per il futuro, il valore del nostro lavoro»: con queste parole, il comitato ha deciso di condannare l'ennesima ingerenza della proprietà sul proprio lavoro.

Un altro indicatore che segnala il preoccupante stato di salute dell'informazione italiana è la mancanza di proposte di riforma che modifichino il sistema delle querele per diffamazione, lasciando così i giornalisti alla mercé delle cosiddette querele SLAPP (*strategic lawsuit against public participation*), mirate ad intimidirli e impedire la pubblicazione di inchieste scomode contro esponenti del sistema politico ed economico nazionale. Tra le testate che maggiormente hanno sofferto questo fenomeno troviamo *il Domani*, quotidiano fondato da Carlo De Benedetti nel 2020 dopo la cessione del Gruppo GEDI a Exor. La giovane testata si è distinta nel corso degli anni per una linea editoriale fortemente incentrata sull'inchiesta giornalistica, che è valsa al giornale l'antipatia di buona parte del sistema politico-economico nazionale. Già nel 2021, infatti, Eni, gigante dell'industria petrolifera sotto il controllo effettivo dello Stato italiano, ha richiesto al quotidiano di De Benedetti 100mila euro di risarcimento danni per la «campagna diffamatoria» promossa dalla testata nei confronti del Cane a Sei Zampe, minacciando di procedere per vie legali in caso di rifiuto.

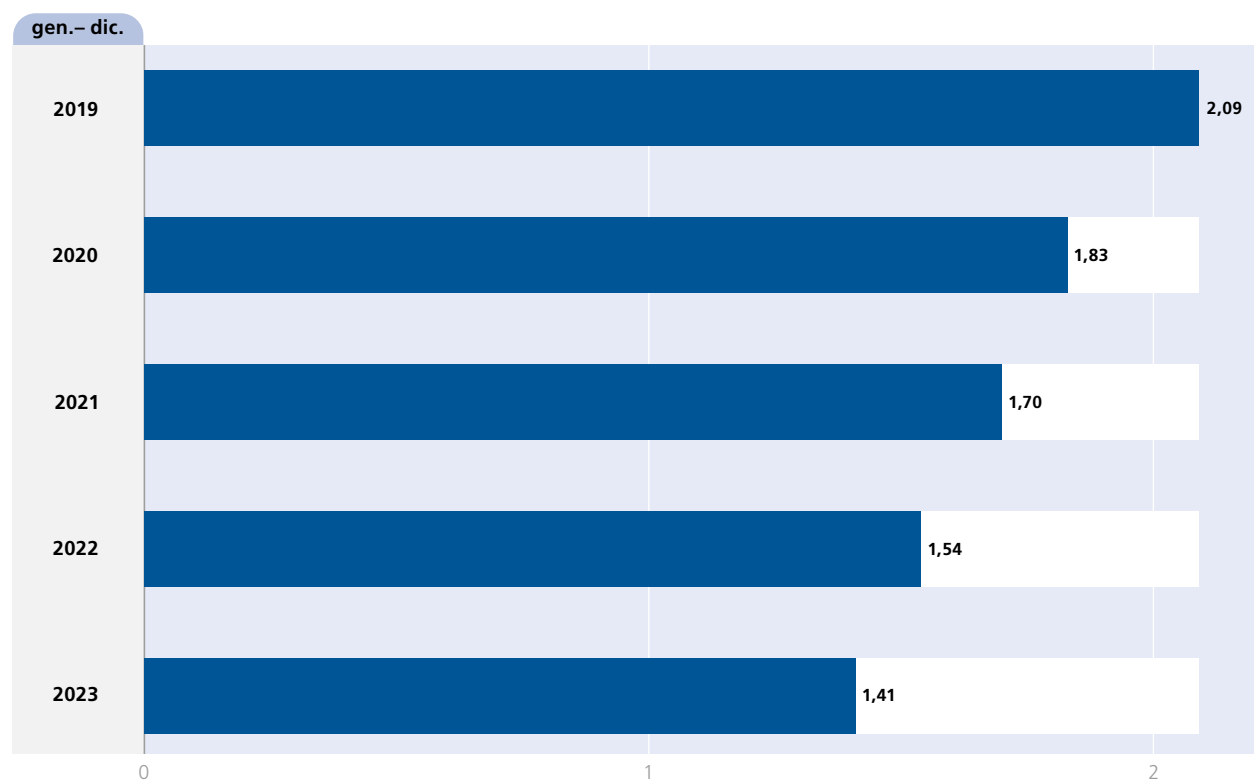
Quest'anno, invece, altri tre giornalisti del quotidiano sono stati indagati dalla Procura di Perugia, con l'accusa di aver chiesto e ricevuto documenti riservati da un pubblico ufficiale, e di aver violato il segreto istruttorio attraverso la richiesta e la pubblicazione di informazioni contenute in quei documenti. Inchiesta partita dalla denuncia del Ministro della Difesa Guido Crosetto, a seguito della pubblicazione da parte del quotidiano di un'inchiesta su un suo possibile conflitto d'interessi. Tramite la denuncia, il Ministro mirava a risalire alle fonti utilizzate dal giornale per pubblicare simili informazioni, in uno scontro che vede in ballo il diritto di riservatezza delle fonti, fondamentale per lo svolgersi di un lavoro d'inchiesta giornalistica.

SOCIAL MEDIA: UNA NUOVA FRONTIERA

Il quadro appena descritto ha un impatto decisivo sulla fiducia della popolazione italiana nei confronti dei propri mezzi d'informazione, come emerge chiaramente dal *Digital News Report* del *Reuters Institute* per il 2024. Nella ricerca sull'Italia del centro studi sul giornalismo dell'Università di Oxford, affidata al ricercatore associato Alessio Cornia, emerge chiaramente come solo un terzo del campione di studio si fidi delle notizie. Una crisi di sfiducia che investe l'intero settore mediatico italiano: gli unici media ritenuti meritevoli di fiducia dai lettori sono le testate ritenute più imparziali, specie le agenzie di stampa come *ANSA*, quotidiani maggiormente schierati al centro come *Corriere della Sera* e *Sole 24 Ore* e canali all news come *SkyTG24*. Al crescere della sfiducia coincide anche la crescita del disinteresse nei confronti delle notizie, con solo il 40% degli intervistati che si è definito effettivamente interessato nei confronti dell'offerta di notizie quotidiane. Dato in calo rispetto al 74% registrato nel report del 2016, per quanto il 63% degli intervistati abbia dichiarato di accedere alle notizie più volte al giorno. Questa situazione sta profondamente mutando la fruizione delle notizie da parte della popolazione italiana: mentre solo 4 intervistati su 100 hanno indicato stampa e radio quali fonti d'accesso principali alle notizie (ennesimo sintomo della crisi attraversata dal settore dell'editoria giornalistica), la televisione rimane saldamente il mezzo di informazione privilegiato, come indicato dal 65% degli intervistati. Sono dati che trovano riscontro nell'Osservatorio sulle comunicazioni stilato da AGCOM (Autorità per le Garanzie nelle comunicazioni) per il 2023, nel quale si segnala un calo del 9% nelle vendite di quotidiani cartacei rispetto all'anno precedente.

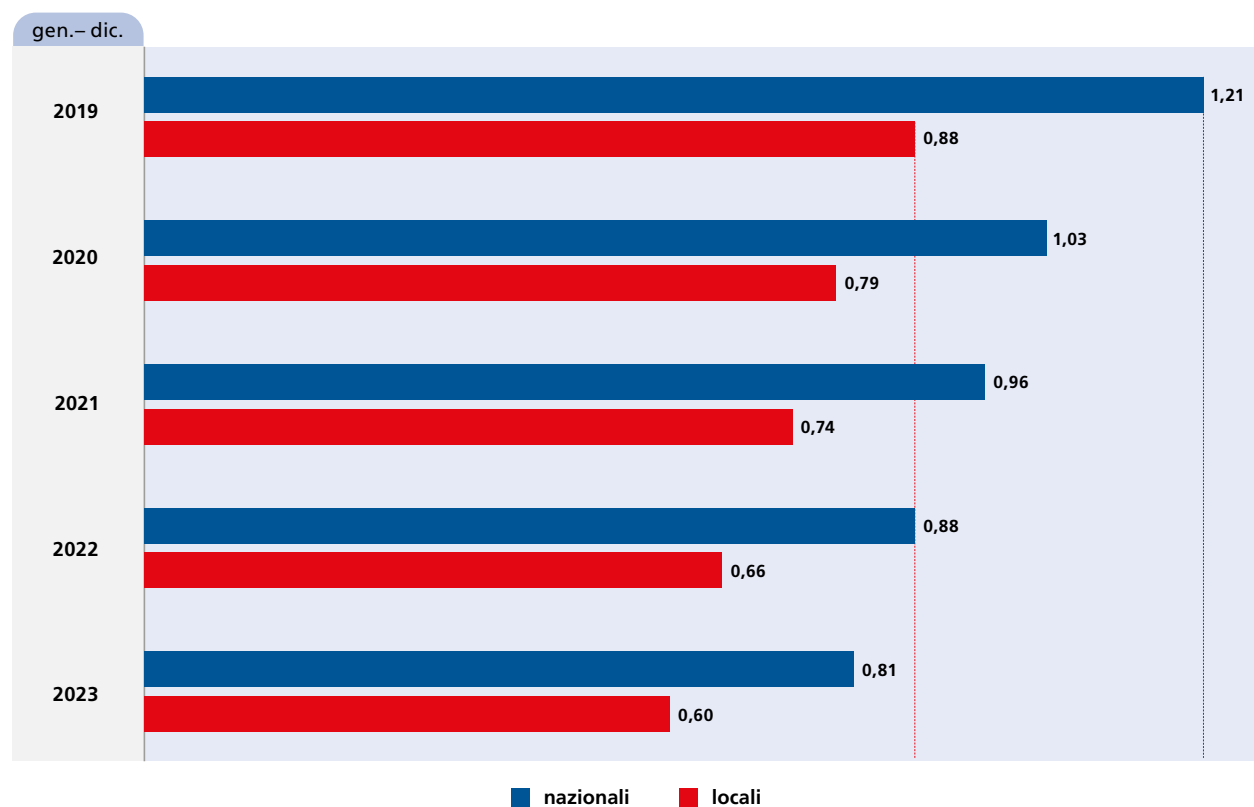
Non sorprende, però, la costante crescita dei social media in questo senso, indicati dal 39% degli intervistati quale fonte d'informazione, con il 17% che li indica quale mezzo primario di fruizione delle notizie. L'informazione via social media va sempre più imponendosi all'interno del mercato mediatico nazionale, costringendo le testate tradizionali, sempre più in crisi, ad adattare il proprio stile alla tipologia di contenuti richiesta da piattaforme come Instagram o TikTok. Necessità dettata anche dal tentativo di intercettare la fascia di mercato degli Under-35, che hanno eletto le due piattaforme come fonte principali di notizie nel 25% e nel

Figura 1

Editoria quotidiana: Copie giornaliere vendute da inizio anno. Vendite giornaliere (milioni di copie vendute)

Fonte: elaborazioni Autorità su dati ADS

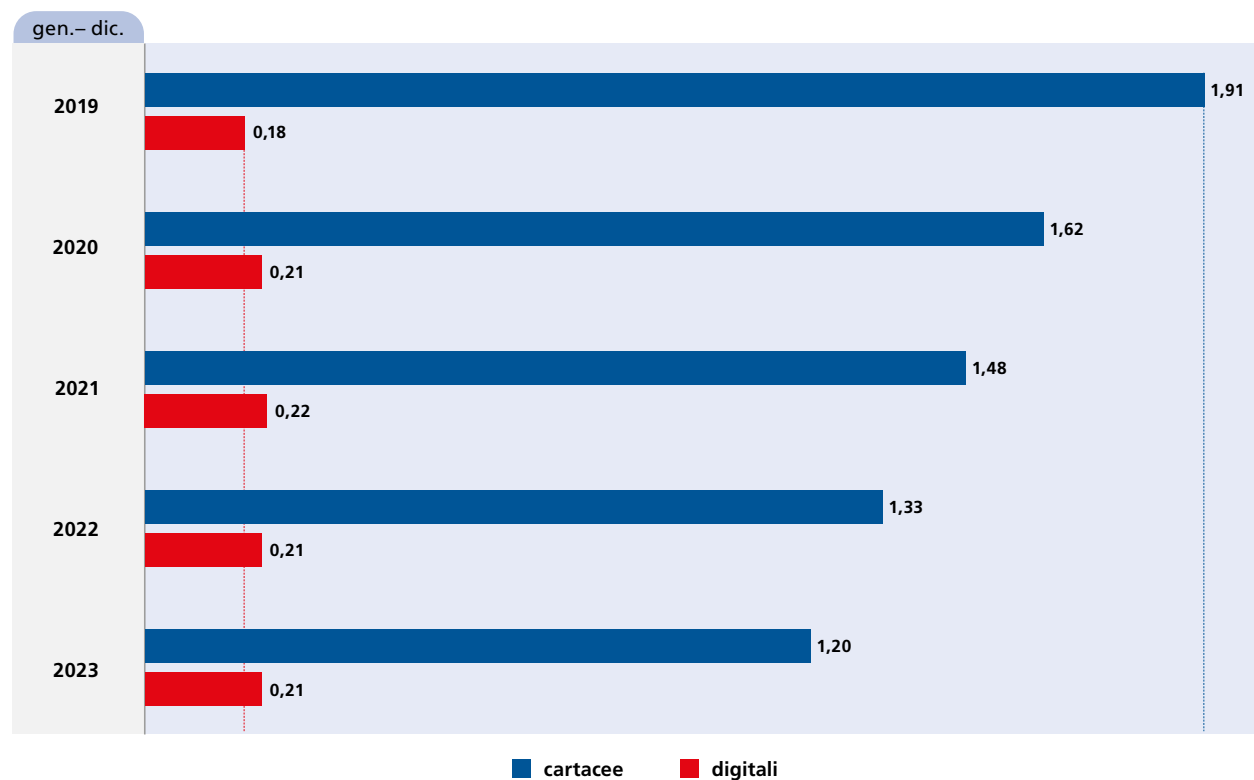
Figura 2

Editoria quotidiana: Copie giornaliere vendute da inizio anno. Vendite giornaliere per tipologia (milioni di copie vendute)
Copie quotidiani – Nazionali vs. locali

Fonte: elaborazioni Autorità su dati ADS

Figura 3

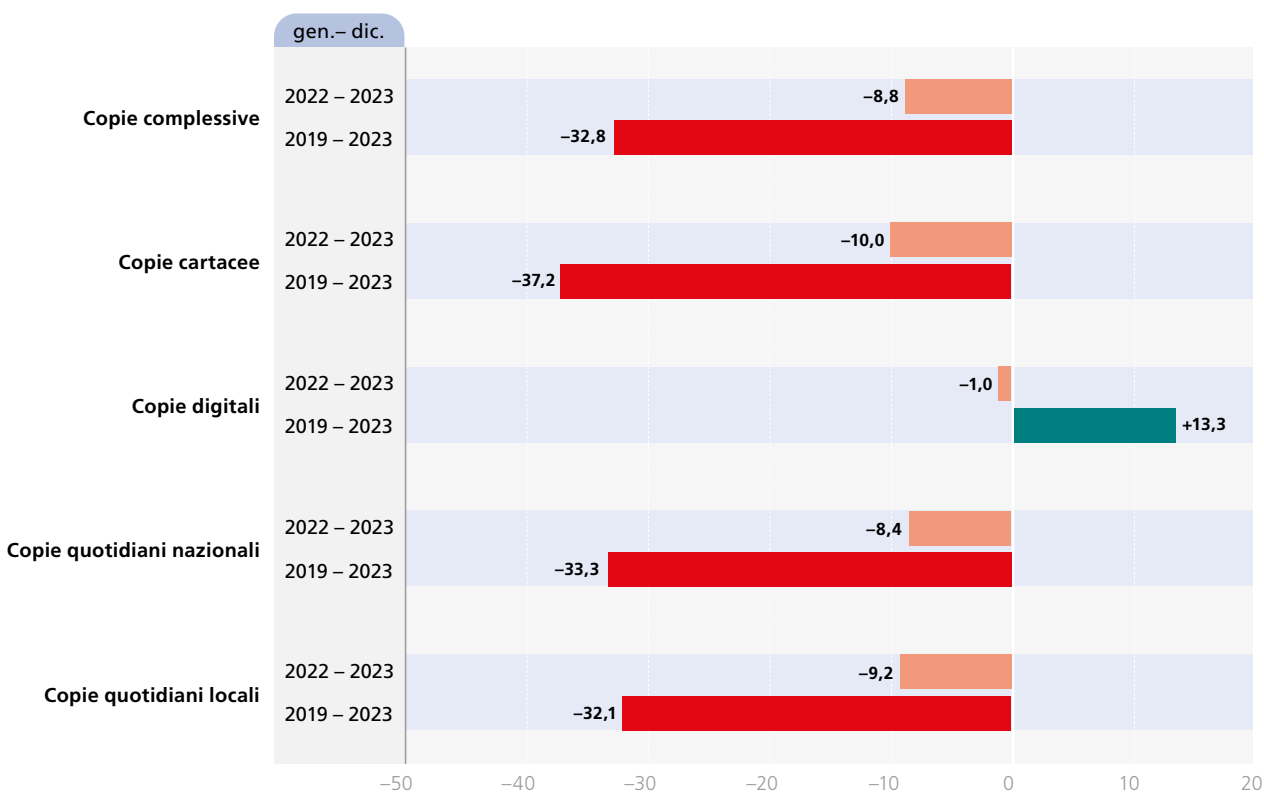
Editoria quotidiana: Copie giornaliere vendute da inizio anno. Vendite giornaliere per tipologia (milioni di copie vendute)
Copie cartacee vs. digitali



Fonte: elaborazioni Autorità su dati ADS

Figura 4

Editoria quotidiana: Copie giornaliere vendute da inizio anno. Vendite giornaliere – Variazione in %.



Fonte: elaborazioni Autorità su dati ADS

12% dei casi analizzati dal *Digital News Report*. La centralità di una precisa identità grafica; l'importanza di un sapiente utilizzo delle immagini da accompagnare ai titoli, sempre più raffinati nella loro costruzione per ricercare l'attenzione dell'utente; la necessità, specialmente nel caso di TikTok, di riassumere in video di breve durata le notizie, sacrificando la complessità dell'informazione in favore delle logiche dell'algoritmo della piattaforma: queste sono solo alcune delle dinamiche a cui i media tradizionali sono chiamati a venire a patti per accedere al bacino d'utenza dei social media, nella speranza di dirottare sui propri siti parte del flusso d'utenza. Sempre secondo il *Digital News Report*, infatti, solo il 15% degli intervistati ha dichiarato di accedere direttamente ai siti delle testate: sulla base di questo dato, emerge con ancora più forza la necessità da parte delle testate tradizionali di intercettare l'utenza dei social media. I social non sono solo la nuova frontiera per il giornalismo tradizionale: al loro interno, oramai, agiscono pagine d'informazione nate direttamente in queste piattaforme. Pagine e siti da cui è difficile risalire alla loro proprietà e finanziatori, informazioni fondamentali per i lettori al fine di comprendere possibili distorsioni delle notizie. Problematica che si applica anche a influencer e commentatori politici che agiscono su queste piattaforme, che possono ricevere finanziamenti (anche da parte di potenze straniere) per promuovere la diffusione di fake news. Notizie la cui circolazione sfrutta il meccanismo di echo chambers che si viene a sviluppare sulle piattaforme social, ossia la tendenza da parte dell'utenza di creare delle vere e proprie «bolle informative» che rispecchino la propria visione del mondo, escludendo qualsiasi forma di contraddizione: una volta che la fake news trova spazio all'interno della bolla, la sua circolazione in assenza di smentite le permette di raggiungere un forte grado di veridicità all'interno del suo spazio d'azione. La circolazione di questo genere di notizie è anche favorita dallo sfruttamento degli algoritmi che regolano le varie piattaforme: la conoscenza approfondita di quali termini utilizzare (o evitare, per non incorrere nel rischio di vedere il proprio contenuto bannato dai sistemi di controllo del social di riferimento) è un'arma fondamentale per permettere a questo genere di contenuti di raggiungere il più ampio pubblico possibile, aumentando esponenzialmente la capacità di circolazione delle false informazioni prodotte. Queste problematiche risultano sempre più centrali all'interno dei dibattiti politici statali, con gli attori politici nazionali impegnati a ricercare delle soluzioni alla diffusione di fake news online, ma trattandosi di piattaforme che operano su tutto il globo la capacità d'intervento dei singoli paesi risulta particolarmente limitata. L'approvazione da parte dell'Unione Europea del Digital Services Act nel 2022, mirato ad uniformare e migliorare la capacità da parte dei paesi membri di limitare la circolazione di contenuti illegali tramite una serie di obblighi imposti alle piattaforme, rappresenta un primo passo per cercare di risolvere la questione.

Parlando di informazione tramite social media, simili rischi esistono, ma non si può non sottolineare come queste piattaforme possano venire in soccorso di una popolazione che sente la necessità di informarsi, ma al tempo stesso è sempre più restia a pagare per accedere alle notizie. Sempre

dall'inchiesta del *Reuters Institute*, emerge che solo il 10% degli intervistati ha speso per ottenere l'accesso a notizie online: una pessima notizia per i siti di informazione tradizionale, che fanno sempre più leva sui sistemi di paywall per supplementare il calo dei ricavi pubblicitari digitali. I social networks possono divenire così un'importante arma per garantire un accesso paritario alle notizie per tutta la popolazione nazionale, in un'epoca in cui l'accesso ad Internet sta divenendo sempre più disponibile, per quanto questo non possa andare ad inficiare sul lavoro delle testate tradizionali e sulla loro sostenibilità a livello economico.

PROSPETTIVE FUTURE

Il quadro tratteggiato in queste pagine ci parla di un sistema mediatico in difficoltà tanto all'interno del settore privato quanto in quello pubblico. Difficoltà che dipendono da una crescita di sfiducia nei suoi confronti, perdite costanti di lettori e fatturato e sempre maggiori pressioni da parte del sistema politico-economico italiano. Ragionando in prospettiva futura, esistono però delle soluzioni che potrebbero permettere di invertire questa tendenza.

Partendo dal servizio pubblico, la richiesta di una forma del sistema di governance della Rai torna ciclicamente all'interno del dibattito pubblico nazionale. Una delle proposte più in voga, in questo senso, è quella di procedere alla privatizzazione del sistema radiotelevisivo pubblico, indicata da molti come soluzione definitiva per abbattere l'ingerenza della politica nella direzione dell'azienda. Come abbiamo visto, però, nel caso del settore privato, tale soluzione non garantirebbe una totale imparzialità delle notizie, specie se l'acquirente dovesse presentare interessi economici ulteriori rispetto al solo possesso della Rai. Appare molto più sensato, invece, promuovere una radicale riforma della governance dell'azienda, che garantisca peso decisionale nella gestione della Rai e della sua programmazione ai suoi dipendenti, aumentando dunque la quota di membri del Consiglio d'amministrazione da loro eletti a scapito delle nomine provenienti dal mondo della politica. Un primo passo, non del tutto risolutivo, che garantirebbe al servizio pubblico una maggiore protezione dalle ingerenze della politica, ricostruendo in parte la fiducia persa da parte del suo pubblico nei confronti dell'azienda.

Per il settore privato, invece, sembra impossibile auspicare un ritorno al sistema di editoria pura presente precedentemente, a causa della grave situazione di grave crisi economica che vede protagonista il settore dell'editoria giornalistica. Questo non impedisce di suggerire alcune soluzioni per il sistema vigente, come l'implementazione di una maggiore trasparenza sugli interessi economici degli editori e sui processi redazionali, oltre ad una maggiore decisione da parte delle redazioni nazionali nel pubblicare notizie anche contrarie agli interessi di questi, come successo negli Stati Uniti al *Washington Post* sotto la proprietà di Jeff Bezos. Anche recepire con rapidità sia i cambiamenti che investono il settore, dall'avanzata dei social network fino alla sempre maggior implementazione dell'intelligenza artificiale, che le indica-

zioni che provengono dagli enti che si occupano di informazione, come i già citati *Reporters senza frontiere* e *Reuters Institute*, può rivelarsi una strategia vincente per migliorare l'attuale condizione del settore dell'editoria giornalistica privata. Consci dei rischi e delle opportunità che offre l'informazione tramite piattaforme social, questa collaborazione deve interessare anche gli attori statali e sovranazionali, che si debbono impegnare attivamente per migliorare l'alfabetizzazione mediatica e digitale della popolazione, in maniera tale da disinnescare la portata destabilizzatrice della circolazione di fake news online. L'impegno degli organi politici deve anche essere rivolto verso le piattaforme stesse: sulla scia del Digital Services Act, è necessario promuovere un maggior intervento da parte delle piattaforme, tramite l'implementazione di algoritmi di fact-checking automatici gestiti da organizzazioni esperte nel settore e responsabilizzando maggiormente i proprietari dei social network sui contenuti presenti al loro interno. Legislazioni come quella approvata dall'Unione Europea nel 2022 sono una spinta decisiva per impegnare maggiormente le piattaforme nel contrasto alla diffusione di fake news, ad esempio inasprendo le sanzioni nei confronti degli autori.

Simili accorgimenti possono concorrere a migliorare lo stato di salute dell'offerta mediatica italiana, le cui difficoltà incidono direttamente sulla caratura del dibattito pubblico e politico nazionale. Manca però la volontà politica di promuovere un processo di riforma che cerchi di sanare una situazione che si fa sempre più preoccupante. Questi ritardi non possono far altro che acuire le problematiche del sistema mediatico italiano, con il rischio concreto, per quanto oggi ancora ben lontano, di scivolare verso una situazione simile a quella dell'Ungheria, nella quale quasi il 90% dei media nazionali è nelle mani di imprenditori vicini a Viktor Orbán, in piena violazione dell'articolo 7 del Trattato di Lisbona. Un rischio che oggi appare impensabile per l'Italia, ma che può diventare realtà se non si agisce concretamente per migliorare lo stato di salute della libertà d'informazione nel nostro paese.

BIBLIOGRAFIA

AGCOM (2024): Osservatorio sulle comunicazioni 1/2024: <https://www.agcom.it/sites/default/files/documenti/osservatorio/Osservatorio%20sulle%20comunicazioni%201%3A2024.pdf>.

Centre for Media Pluralism and Media Freedom (2023): Monitoring media pluralism in the digital era: application of the media pluralism monitor in the European member states and in candidate countries in 2023. Country report: Italy; <https://cadmus.eui.eu/handle/1814/77006>.

Commissione Europea (2024): Relazione Stato di diritto, Italia 2024: https://commission.europa.eu/document/download/60d79a4f-49cd-4061-a18f-d3a4495d6485_it?filename=30_1_58066_coun_chap_italy_it.pdf.

Reuters Institute for the study of journalism (2024): Digital News Report 2024, Italia: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2024/italy>.

Reporters senza frontiere (2024): Press Freedom Global Index: <https://rsf.org/en/index>.

Riforma Rai (1975): Legge 14 aprile 1975, n. 103: <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/1975/04/17/075U0103/sg>.

Riforma Rai (2015): Legge 28 dicembre; n. 220: <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/2016/1/15/16G00007/sg>.

AUTORE

Luca Bagnariol, laureando magistrale in Scienze storiche presso l'Alma Mater Studiorum di Bologna. Attivo da 8 anni nella redazione di *Scomodo* di cui è stato caporedattore e responsabile editoriale di sezione. Attualmente, cura la newsletter *Parallasse*, incentrata sull'analisi del sistema mediatico nazionale ed internazionale.

EDITORE

Editore:
Friedrich-Ebert-Stiftung e. V.
Godesberger Allee 149 | 53175 Bonn | Germania
E-Mail: info@fes.de

Dipartimento editoriale:
Fondazione Friedrich Ebert in Italia
Piazza Adriana 5 | 00193 Roma | Italia

Responsabile: Armin Hasemann | Direttore | FES Italia
Piazza Adriana 5 | 00193 Rom | Italia

Tel.: +39-06-82-09-77-90
<https://italia.fes.de/>

Disegno: pertext, Berlin | www.pertext.de

Contatto:
info.italy@fes.de

Instagram:
[@fes_italy](https://www.instagram.com/fes_italy)

Twitter:
[@FES_Italia](https://twitter.com/FES_Italia)

L'uso commerciale dei media pubblicati dalla Fondazione Friedrich Ebert non è concesso senza autorizzazione scritta da parte della Fondazione. Le pubblicazioni della Fondazione Friedrich Ebert non possono essere utilizzate come materiale per campagne elettorali. Le posizioni espresse in questa pubblicazione non sono necessariamente posizioni condivise dalla Fondazione Friedrich Ebert.

© 2025



LO STATO DELLA LIBERTÀ D'INFORMAZIONE IN ITALIA

Un difficile 2024 e l'analisi di prospettive future



Lo stato di salute della libertà d'informazione d'Italia è divenuto uno degli argomenti centrali del dibattito pubblico italiano nel corso del 2024.



Gli scandali e le vicende che hanno coinvolto la Rai (Radiotelevisione italiana – la società concessionaria in esclusiva del servizio pubblico radiofonico e televisivo in Italia) e il settore privato dell'editoria giornalistica hanno dimostrato che l'attuale sistema di governance dell'offerta mediatica nazionale espone al rischio di una sempre maggiore pressione promossa dal mondo politico e dai giganti dell'economia italiana.



Dai report internazionali, emerge la sempre maggior sfiducia dei lettori nei confronti dei media nazionali: un fenomeno che si innesta direttamente sulla crisi economica che colpisce il settore. Solo una serie di riforme che affrontino le problematiche del sistema mediatico nazionale può cercare di risolvere la situazione.

Per ulteriori informazioni sull'argomento, fare clic qui:
italia.fes.de