

CARLO GESSA

## PROFESSIONALIZZARE L'IMPRESA GIORNALISTICA

**SOMMARIO** 1. Le contraddizioni del presente sistema. — 2. Le ragioni della professionalizzazione dell'impresa. — 3. Gli anacronismi della distribuzione. — 4. Conclusione.

### 1. LE CONTRADDIZIONI DEL PRESENTE SISTEMA.

Vi sono alcune contraddizioni nel vigente ordinamento dell'informazione giornalistica, che passano generalmente inavvertite, o sono ritenute inevitabili, ma che, alla lunga, si rivelano fattori di distorsione e di crisi ricorrente, se non permanente, nel suo intiero sistema. Si tratta delle contraddizioni che attengono, soprattutto, al regime giuridico dell'editoria giornalistica, in rapporto alla disciplina della professione giornalistica, e, ancora, al meccanismo di ordinario accesso del pubblico della stampa quotidiana e periodica, attraverso i normali punti di vendita. Si prescinde, invece, in questa sede, dal dissidio insorto fra editoria ed emittenza radiotelevisiva in materia di pubblicità, che vedrebbe sfavorita la stampa e la sua libera sopravvivenza.

Cominciamo col mettere a fuoco la principale delle antiche e risalenti contraddizioni, sulla quale è stato costruito il sistema.

Se — muovendo dal presupposto che l'informazione giornalistica non è semplicemente la libera e incontrollata o estemporanea manifestazione del pensiero e dell'opinione soggettiva, ma una riconosciuta e necessariamente regolata funzione di interesse obiettivamente sociale, rivolta al pubblico — il giornalismo è giustamente disciplinato sul modello legale delle altre professioni intellettuali organizzate, allora se ne dovrebbe coerentemente dedurre una ben precisa conseguenza giuridica. Infatti, la disciplina professionale introdotta non avrebbe alcun senso e ragione di essere se non fosse preordinata a servire l'informazione quale funzione di generale interesse per la collettività ed a qualificarne e moralizzarne deontologicamente (cioè doverosamente) l'esercizio, proprio in vista di quel prevalente, se non esclusivo, interesse. In tal senso è, da tempo, l'orientamento della Corte Costituzionale.

Il puntuale e tipico riferimento legislativo del giornalismo alle libere professioni intellettuali, genericamente menzionate con norma

aperta dal codice civile, appare significativo di una *ratio* profonda, che è quella dell'accertamento dell'idoneità alla (e dell'affidamento pubblico della) funzione ritenuta necessaria a soddisfare un diffuso e insostituibile bisogno primario dei singoli e della collettività, assurto, non da ora, a diritto civico (sempre meno indeterminato e indistinto) costituzionalmente protetto. Se detto presupposto non fosse vero, la disciplina legale della professione, ed il suo stesso impianto legislativo, non avrebbero scopo e risulterebbero persino incostituzionali, perché limitativi della libertà.

Ma se, come il legislatore prima, da oltre un quarto di secolo, e subito dopo il giudice costituzionale più volte, hanno affermato, l'ordinamento giornalistico risponde ad una conclamata giustificazione sociale (tanto che, ad esempio, il recente codice di procedura penale ha ammesso a peculiare tutela giudiziaria il corrispondente *segreto professionale*), allora la struttura organizzativa imprenditoriale della funzione dovrebbe rigorosamente corrispondere alle sue premesse ed essere in linea con le medesime.

Così come, invero, l'esercizio dell'attività professionale, in ogni campo di intervento umano, presuppone un'iniziativa assunta e organizzata dagli stessi professionisti (onde non sarebbe concepibile — ed, anzi, risulterebbe *contra jus* — ad esempio, uno studio notarile, o legale, o medico, ovvero un esercizio farmaceutico di proprietà o di titolarità di soggetti professionalmente diversi dai singoli professionisti impegnati), alla stessa maniera l'impresa informativa dovrebbe essere, non terreno di scontro capitalistico, ma riservata ai (o modellata sul metro dei) professionisti dell'informazione e da loro espressa mediante modi e forme giuridiche promossi, adeguati e sostenuti, anche finanziariamente, nel pubblico interesse.

Si vuol dire che occorre ripensare — proprio ora che se ne esalta maggiormente il più universale bisogno — all'*impresa giornalistica* come una vera e propria *impresa professionale tipica* e finalizzata allo scopo oggettivo, e non speculativo, dell'informazione, secondo la concezione che di essa ha mostrato di avere il legislatore capostipite, nel dare opportunamente vita all'ordinamento del giornalismo, e, in particolare, alla qualificazione e disciplina dei suoi abituali operatori. Si prescinde, per il momento, da una verifica dei risultati raggiunti, in concreto, dal legislatore in punto di qualificazione e livello deontologico degli operatori, perché il tema sarà a parte, a suo tempo, affrontato su queste stesse pagine.

È vero che le scelte giuridiche sono normalmente libere, o con un ampio margine di libertà, ma — tutto ciò scontato — esse non possono fare a meno di seguire, una volta adottate, un'intima armonia e razionalità, pena il danno sociale che, altrimenti, sono suscettibili di arrecare alle aspettative e alle esigenze di ordine della convivenza.

## 2. LE RAGIONI DELLA PROFESSIONALIZZAZIONE DELL'IMPRESA.

Dalla presente dissociazione, se non contrapposizione, esistente tra impresa e professione giornalistica derivano alcune evidenti e rimarchevoli conseguenze negative, come lo scontro frontale fra editori di giornali e giornalisti e la disciplina del lavoro giornalistico quale impiego contrattualmente subordinato e non quale lavoro autonomo auto-responsabilizzato.

Legge professionale e legge sull'editoria — per limitare, ora, il discorso a quest'ultima, senza entrare nel merito di quella, ancora in fase di prima sperimentazione e di attesa pienamente applicativa, sul sistema radiotelevisivo — pur operando nel medesimo contesto di disciplina dell'informazione, e dovendo mirare evidentemente al medesimo obiettivo di garanzia, non sono reciprocamente coerenti, e la loro incoerenza è fonte di crisi, ormai quasi endemica, della funzione informativa, come può constatarsi palmarmente durante il disciplinare del rapporto e specialmente alla scadenza contrattuale del medesimo. Basti pensare al delicato e sempre controverso regime dei trasferimenti delle testate, alle concentrazioni e all'abuso di posizioni (editorialmente) dominanti — versante sul quale agiscono con scarso coordinamento le neo-costituite autorità di garanzia —, alla pratica strumentalità, se non subordinazione, della stampa ad interessi sempre più corposi ad essa alieni, e, per altro verso, ai forti contrasti che accompagnano reiteratamente la negoziazione dei contratti collettivi di lavoro giornalistico e delle loro appendici aziendali, per tacere delle insistenti lotte per il riconoscimento e l'affermazione giuridica di figure nuove di lavoro giornalistico, come quella — che dovrebbe apparire, ma non è incontrovertita — dei telecine-fotooperatori presenti, ormai, e determinanti, in ogni testata informativa.

Alla stregua di quanto detto ed auspicato, a proposito dell'impresa giornalistica, da prevedere e regolare come impresa professionale (non solo cooperativa o ad essa assimilabile) si comprenderebbe meglio e si convaliderebbe l'esistenza dell'Ordine professionale, la logica di adeguamento culturale e tecnico dei titoli di ammissione ad esso, l'iter di concreto accesso all'attività, l'importanza di uno *standard* deontologico di comportamento e di servizio dei mezzi comunicativi, avviandosi verso mete più rispondenti ed avanzate il processo di qualificazione degli operatori e della stessa opinione pubblica partecipe e destinataria della funzione informativa.

Il tema della peculiarità dell'impresa editoriale, sul delicato filo del rapporto e del confronto fra gli artt. 21 e 41 della Costituzione (rapporto e confronto sempre difficili, e ad equilibrio instabile, per una somma di ragioni e implicazioni, interne ed esterne!) è stato, da ultimo, affrontato dalla Federazione nazionale della stampa, in un recente Convegno (maggio 1991) ove è stata ipotizzata una disciplina legislativa della *partecipazione aziendale*, con la creazione di

Comitati di garanzia e di Consigli di qualità, a valenza più consultiva e propositiva che decisionale, nei confronti della proprietà. L'ipotesi rappresenta, sebbene (sindacalmente) interessante, una sostanziale conferma (pur migliorativa) del sistema attuale, non una sua ideale rivoluzione! La si può accogliere e sottoscrivere — come hanno fatto, con diversi suggerimenti, gli autorevoli giuristi presenti al Convegno (col segretario della FNSI, Santerini: Treu, Minervini, Zaccaria) — senza, tuttavia, rinunciare, in prospettiva, alla ... rivoluzione copernicana!

### 3. GLI ANACRONISMI DELLA DISTRIBUZIONE.

Una ulteriore, e accentuata, contraddizione della disciplina attuale è quella che concerne l'anacronistico regime di distribuzione della stampa che incontra ostacoli e strettoie evidenti, anziché facilitazioni, nella legislazione vigente.

Come si sa, i principali punti di vendita della stampa sono rappresentati da edicole stradali o da negozi specializzati, muniti di apposita autorizzazione dell'autorità amministrativa. Il risultato non è quello di venire capillarmente incontro alla domanda di utenza, di informazione della collettività, e, magari, di promuoverla e sollecitarla, estenderla e diffonderla, come si dovrebbe, ma, all'opposto, quello di tutelare il *monopolio dell'offerta*, di garantire passivamente la posizione di vantaggio, di rendita posizionale dell'offerente che, a sua volta, viene considerato, anche sindacalmente, non un lavoratore autonomo, quale in effetti è, ma un lavoratore dipendente, non si sa bene da chi e perché.

Se la vendita di giornali fosse libera e praticabile volontaristicamente, in una pluralità di modi e di forme concorrenziali ed evolutive, non solo presso ogni esercizio commerciale, ma ovunque, e con inventiva, l'esito risulterebbe grandemente promozionale per l'informazione e per la propensione alla cultura e alla partecipazione della gente all'organizzazione politica, economica e sociale della collettività, con ricaduta educativa su tutti, giovani ed anziani.

La stampa non è un bene materiale come gli altri, la cui vendita è soggetta a licenza, ma veicolo di formazione della coscienza individuale e collettiva, di consapevolezza e di libertà (o liberazione) per tutti, e, come tale, andrebbe trattata in ogni sede. Su di essa non devono allignare o prosperare rendite di posizione o privilegi, ma svilupparsi situazioni di dibattito, di dialogo e di scambio, sempre più aperto e allargato. Dalla sostanziale liberalizzazione del mercato riuscirebbe favorita specialmente l'informazione locale (a torto considerata minore, limitata alla cronaca di campanile, quasi irrilevante, al centro), tanto manchevole nel nostro Paese, e la sana competizione delle testate e tutta una cultura del fare e del ricevere informazione che non è ancora all'altezza dei tempi e del confronto internazionale, ad onta di ogni statistica. Del resto, il rischio, e non il monopolio, di

vendita, è il ... *sale* della libertà di iniziativa e del mercato, senza tema di discriminazione fra prodotti, proprio in virtù della globalità del principio libertario.

#### 4. CONCLUSIONE.

La conclusione da trarre dalle considerazioni innanzi svolte si concreta in un invito a rivedere ed armonizzare, prima che il mercato comune europeo raggiunga il suo massimo di espansione e di attrazione, l'intero quadro normativo dell'informazione giornalistica, attraverso la pluralità dei suoi mezzi, trattando la materia alla stregua del *valore* che essa rappresenta e della specificità che presenta per la collettività e liberandola dal *peso* di interessi, ragioni, corporazioni e comportamenti estranei, o, perlomeno, cercando di farlo, senza riserve mentali, tatticismi o infingimenti, nell'interesse della generalità.

Ne riceverebbe impulso la vocazione e responsabilizzazione operativa del giornalismo militante, il misurato *magistero* deontologico delle sue istituzioni e strutture rappresentative, esistenti nel territorio, a fronte dell'attuale decadimento di stile e di costume che (persino) la classe politica lamenta, la quale, pure, non è del tutto estranea allo stato di fatto e alle cause clientelari che l'hanno determinato nell'intero panorama di osservazione (e con speciale riguardo, ad esempio, all'informazione radiotelevisiva delle emittenti di mano pubblica!).

Naturalmente l'editoria e le attività non giornalistiche — latamente o specialisticamente culturali, scientifiche, divulgative e magari politiche, o altro — sono, e resterebbero, *cose diverse*, da non assimilare al giornalismo informativo indipendente, onde il ripensamento proposto varrebbe anche a razionalizzare la disciplina, e a specificarla, in nome della chiarezza e trasparenza delle situazioni e dei rapporti sociali, in un periodo nel quale si manifestano e agiscono, bensì, tanti fermenti di rinnovamento, allo stato latente e con poco esito, ma si registra, anche, tanta confusione e approssimazione nell'allestimento (preannunciato e rinviato) del nuovo.