

Con l'effetto annuncio il Paese sprofonda in un "totalitarismo soft"

di Piero Ostellino

Tutti i giorni, il governo spedisce ai media un pacco. Confezionato lussuosamente, con carta colorata e bel fiocchetto d'ordinanza. Il giorno dopo, nelle loro cronache politiche, i media descrivono la confezione. Nessuno - salvo qualche editorialista liberale - sembra essersi preso la briga di aprire il pacco e di andare a guardare che cosa ci fosse dentro. Così, il governo dà per fatte cose che ha appena deliberato di fare e non ha ancora fatto e ne amplifica portata e significato. È quel che si dice una intelligente operazione di marketing. Non è, però, normale che se ne facciano portavoce i media. Il Paese vive perennemente sotto l'«effetto annuncio». Il cittadino è indotto a credere a una realtà «virtuale» e non sa quando, come e se essa diventerà «effettuale». La litigiosità interna alla coalizione agisce, inoltre, da moltiplicatore dell'«effetto annuncio». All'annuncio del rifiuto di una componente della coalizione di approvare un provvedimento seguono gli annunci dei passi avanti (virtuali o reali?) nella ricerca del compromesso e, infine, quello dell'accordo raggiunto. Nel frattempo, si è perso di vista cosa c'era dentro il pacco all'inizio e cosa c'è alla fine. L'annuncio dell'esito finale diventa il trionfo del gioco delle parti. Ma la prassi ha conseguenze devastanti per il buon funzionamento della democrazia. Il cittadino non conosce i fatti che lo riguardano e, quindi, non è in condizioni di porre domande imbarazzanti al potere. È la tecnica di tutti i sistemi totalitari. Che operano per «fasce di lettura»: i media più diffusi sono anche quelli che non aprono il pacco; sono i media «di nicchia», quelli letti da quattro gatti, che provano a guardarci dentro. In questo contesto, anche quanto c'è di buono nell'annuncio delle cosiddette liberalizzazioni si riduce a ciò che nella Roma antica erano panem et circenses, una concessione dell'Imperatore ai sudditi-consumatori (qualche tassì in più, l'esenzione della tassa sulla ricarica dei telefonini, i barbieri aperti anche il lunedì, la benzina e i prodotti di banco farmaceutici in vendita anche nei supermercati). Ma le garanzie di libertà dei cittadini-titolari di diritti restano limitate (di fronte a una Giustizia lenta e illiberale; a decine di migliaia di leggi scritte male e contraddittorie; a una Pubblica amministrazione invasiva e inefficiente; a un sistema fiscale iniquo e oppressivo). Contemporaneamente, come scrive sul Wall Street Journal Carlo Stagnaro dell'Istituto Bruno Leoni: «Il solo mercato che il governo sta aprendo è quello del favore politico, per il quale il mondo degli affari deve competere». Si riparla di «politica industriale», che è poi la versione moderna dell'esercizio feudale del potere politico centrale. È stata bloccata la fusione fra Autostrade e la spagnola Abertis. Si fissa per legge un tetto alla raccolta della pubblicità da parte di Mediaset (che è come si volesse fissare un tetto al consenso elettorale). Nasce il Fondo infrastrutturale che sembra preludere alla nazionalizzazione surrettizia delle reti distributive (luce, gas, telefoni, autostrade). Si privatizza l'Alitalia, non con un'asta pubblica, ma con un negoziato privato che rischia di far vincere chi combinerà il prezzo con l'accettazione dell'attuale livello occupazionale (magari un finanziere che non risanerà e rilancerà la compagnia ma, dopo averne scorporato qualche asset, la rivenderà e ci farà su un po' di soldi). Il Paese affonda in un «totalitarismo soft» e neppure se ne accorge. I media ne sono la sindrome. E anche un po' la causa.

Una replica di Silvio Sircana

In questi mesi si è spesso parlato della comunicazione come di uno dei problemi irrisolti del governo, specie a proposito della Finanziaria. Adesso Piero Ostellino (Corriere, 3 febbraio) teorizza che le ultime politiche economiche approvate dal Consiglio dei ministri abbiano avuto riscontro grazie a una sapiente regia di marketing e di comunicazione, imputando ai media la colpa di non approfondire i contenuti e l'analisi. I mezzi di informazione, sostiene, si limitano a fare proprie le verità preconfezionate dal governo. Ovviamente non spetta a me difendere i mezzi di comunicazione, anche se mi piace sottolineare come in questi otto mesi certo il governo non abbia goduto di trattamenti di favore, regola peraltro giusta e doverosa quando si amministra un Paese e si deve rendere conto del proprio operato.

Mi vorrei invece soffermare sulla seconda parte dell'accusa di Ostellino. Egli sostiene che solo alcuni editorialisti liberal di testate straniere hanno seguito la «buona regola» dello studiare, confrontare, spiegare. Per sostenere la sua tesi rigorosamente anglosassone, Ostellino cita nientepopodimenoche il giovane ingegnere Carlo Stagnaro, direttore della Sezione energia dell'Istituto Bruno Leoni (un think tank che difficilmente può dichiararsi non schierato e che, visti i toni che caratterizzano le sue produzioni, mi verrebbe da definire sicuramente molto tank, nel senso di mezzo blindato.) che un giorno sferza accuse sull'edizione europea del Wall Street Journal (non sul Financial Times, come sostiene Ostellino) e il giorno dopo sul Foglio.

Articoli dove l'imputato ha un nome e cognome, Romano Prodi e dove i capitoli di studio e di analisi sono spesso sentenze precostituite, scenari da fiction e appelli alla libertà economica, purché non sia di questo governo. Se questo per Ostellino è il solo esempio di giornalismo da seguire, l'unico punto di condivisione che mi resta dopo la lettura del suo pezzo è il titolo della sua rubrica: il dubbio.

Silvio Sircana

Portavoce del Presidente del Consiglio