

UNA VIGNETTA CHE FA PENSARE

Nell'anniversario della massa-
cro della sua redazione, il giornale
satirico parigino Charlie Hebdo
ha pubblicato una vignetta che ha
sollevato più scalpore del solito.

Ispirata evidentemente alla notte
di violenze di Colonia, ripro-
duce dei giovani con volto
animalesco e dalle lunghe
mani che inseguono donne in
fuga, con l'evidente intento
di palparle. Il tutto incorniciato dalla scritta:

Cosa sarebbe divenuto da grande
il piccolo Aylan? In alto, in un ri-
quadro, l'immagine del bambino
curdo morto sulla spiaggia turca.
Una vignetta becera, disgustosa
e rivoltante. Ma a suo modo
necessaria. I reduci di Charlie,
antipatici e dissacratori di pro-
fessione nella scia di quelli che ci
hanno lasciato le penne, hanno
evidentemente voluto sfregiare
il buonismo che oscura le spine
del multiculturalismo. Ma non
solo. Hanno messo alla berlina
un'opinione pubblica ondivaga
che strumentalizza la morte per
alleggerirsi la coscienza e allo
stesso modo ripiomba nel raz-
zismo facendo di ogni migrante
uno stupratore. Certo, la vignetta
non è uno sberleffo. E' un insulto.
Che mette alla prova i tanto
decantati valori che pretendiamo
di difendere dall'aggressione
integralista: l'umanità e la liber-
tà d'espressione. E non c'è una
soluzione facile, se non il rigetto
della censura e della violenza.



di Emanuele Chesi

La linea è mobile

MA WHATSAPP NON È GRATIS

Quando Whatsapp nacque, il
fondatore Jan Koum promise che
non avrebbe mai inserito spot al
suo interno. Per questo motivo
l'applicazione chiedeva un piccolo
contributo annuale. Ora Facebook,
da 2 anni proprietaria della piatta-
forma, ha deciso di togliere il vinco-
lo, rendendola completamente
gratuita. Cosa succederà?



di Stefano Tacconi

Come sempre nel digitale non
esistono pasti gratis e se non
state pagando il prodotto è
molto probabile che il prodotto sia-
te voi... Io penso a un sistema che
analizza i messaggi e, sulla base
di essi, invia pubblicità mirate, lo
strumento di marketing perfetto.
Avete chiesto informazioni a un
amico su un'automobile? Ecco che
arriva lo spot di 15 secondi. Vi siete
divertiti a fare avances digitali?
Ecco la pubblicità che suggerisce
regali, biancheria intima o altro.
Anche perché il marketing digitale
ormai viaggia sul mobile. Nel
2017 gli investimenti pubblicitari
su cellulari e tablet supereranno
quelli per i computer da scrivania.

Resistere, re-
sistere, resi-
stere... Così
Luca Pavarotti,
giornalista
e presidente
di Cega, la cooperativa edi-
toriale che edita il Corriere
Romagna, sintetizza l'atti-
vità degli ultimi tre anni di
"passione", che hanno visto
seriamente minacciata la
possibilità di sopravvivenza
di molte testate locali e delle
cooperative di giornalisti e
delle altre realtà non profit
del settore.

**Qual è attualmente la si-
tuazione dell'editoria coope-
rativa?**

Siamo in attesa della ri-
forma, ma intanto stiamo
rischiando la tempesta per-
fetta, da un lato il repentino
dimezzamento del contribu-
to pubblico, dall'altro la crisi
congiunturale che ha avuto
ripercussioni pesanti sui fat-
turati pubblicitari e la crisi
specifico del settore. Dopo il
taglio retroattivo, a bilanci
chiusi, del contributo 2013,
ormai i contributi diretti
all'editoria cooperativa e non
profit ammontano nel nostro
Paese a soli 44 milioni di eu-
ro, cosa che, contrariamente
a quanto si dice, non avviene
in nessun altro Paese euro-
peo.

**Quali azioni avete intrapre-
so per arginare l'emergenza?**

Proprio per fronteggiare
questa drastica riduzione del
contributo pubblico, la co-
operativa ha avviato, anche
con notevoli sacrifici da par-
te della base sociale, un ar-
ticolato processo di ristrut-
turazione, puntando su una
serie di politiche di riduzione
dei costi che hanno riguar-
dato, in primis, il costo del
lavoro, ridotto sensibilmente
per effetto della sottoscrizio-
ne di contratti di solidarietà,
della riduzione di stipendio
per i soci lavoratori, quale
forma di apporto economi-
co da parte di questi ultimi,
in base alle norme previste
per le cooperative in stato
di crisi, il costo di stampa,
il costo della carta e tutte le
spese generali e, da ultimo,
il prepensionamento di 4 gi-
ornalisti. Inoltre i soci hanno
sottoscritto negli ultimi due
anni ben due nuovi aumenti
di capitale.

**Come giudica la campagna
contro i contributi pubblici
per l'editoria?**

Sul tema si è fatta molta
demagogia e spesso ha pre-
valso un approccio populista,
che tanto va di moda di que-
sti tempi. Qui non si tratta di
tutelare privilegi di una "ca-
sta" o forme di assistenzia-
lismo. Sicuramente ci sono
stati storture, truffe e abusi,
in assenza di adeguati con-
trolli. Ma ormai quella sta-
gione è finita e non vorremo
pagare le colpe di altri. Già il
Decreto "Peluffo", conver-
tito nella legge 103/2013,
aveva reso più trasparenti i
criteri e maggiore la selezio-
ne per l'accesso ai contributi,
premiando le cooperative che

L'EDITORIA ORA VUOLE LA RIFORMA

Da un lato la furia demagogica di chi avrebbe voluto abolire i contributi, dall'altro i ritardi e le incertezze del Governo. Stretti in mezzo sono rimasti i soci delle cooperative di giornalisti, che per resistere hanno attivato una serrata ristrutturazione tra mille sacrifici



hanno giornalisti assunti a
tempo indeterminato e che
vendono il giornale in edico-
la, facendo "pulizia" dei sog-
getti non aventi diritto.

Ma il governo, in attesa
della nuova Riforma, aveva
assicurato la copertura per
il 2014 e le previsioni per il
2015, dicendo che non era
loro intenzione riformare
il settore avendo perso per
strada chi arricchisce, con il
suo lavoro, la nostra democ-
razia.

E invece?

Invece in questi in tre anni
abbiamo perso oltre un mi-
lione di euro, rendendo quasi
impossibile la tenuta economi-
ca e finanziaria della coope-
rativa. Atro che spending
review, dai circa 72,5 milio-
ni di contributi diretti alla
carta stampata nel 2012, si
è passati a 44. Quest'anno
addirittura si è arrivati all'e-
rogazione del contributo in
assenza del relativo decre-

to, cosa che ha notevolmente
complicato l'operazione di
anticipo che normalmente si
fa con gli istituti di credito.
E per il 2015 non sappiamo
ancora nulla di certo. Per-
tanto, mentre sullo sfondo si
cominciava ad intravedere la
tanto agognata riforma del
settore, nel mezzo si lasciava
una scia di "morti e feriti",
anche tra coloro che avevano
rispettato le regole. E invito
tutti a scorrere l'elenco delle
aziende che oggi percepisco-
no ancora contributi pub-
blici, le vere cooperative di
giornalisti si contano ormai
sulle dita di una mano.

**Quindi non temete regole
anche più stringenti?**

Le regole ci sono e si pos-
sono sempre migliorare, ma
è un problema di tempi e di
risorse. Si tratta di garantire
principi democratici, quello
della libertà di stampa e del
pluralismo dell'informazione,
sanciti dalla Costituzione e

normati da leggi vigenti. Se
si vuol fare scempio di questi
principi lo si dica una volta
per tutte, ma non si può con-
tinuare a creare un percorso
ad ostacoli subdolo e stru-
mentale. Del resto è proprio
il legislatore che ha indivi-
duato nel modello dell'azien-
da cooperativa il soggetto più
adatto a garan-
tire i principi di
autonomia e di
indipendenza,
dato che pare
difficile con-
siderare l'informazione una
"merce" che possa affermar-
si, vivere e sopravvivere solo
in base alle leggi di mercato.

**Ritenete di essere giunti ad
un passaggio cruciale, la ri-
forma si farà?**

Grazie anche al successo
della campagna curata con
Mediacoop e Legacoop Ro-
magna, "#menogiornalime-
noliberi", di cui siamo stati
protagonisti, la strada intra-

presa ci ha portato – pur con
molte sofferenze e la chiu-
sura drammatica di alcune
testate storiche – ad ottene-
re un voto fondamentale del
Parlamento contro la propo-
sta di legge del Movimento
5Stelle, che chiedeva la defi-
nitiva abolizione del contri-
buto pubblico all'editoria.

**Insieme a Legacoop
Romagna seguiamo
l'iter della legge**

Ora attendiamo con spe-
ranza l'approvazione del di-
segno di legge che prevede
come punto fondamentale
la creazione del Fondo per
il pluralismo e la libertà
dell'informazione per i 5 an-
ni successivi all'approvazio-
ne della normativa, che do-
vrebbe iniziare a breve il suo
iter alla Camera.

**Ma intanto, si rischia un al-
tro anno di passione?**

Non possiamo più per-
metterlo. Per chi si trova a fa-
re impresa editoriale in un
momento così difficile, di-
venta praticamente impossi-
bile programmare l'attività
in assenza di certezze. Ora
l'urgenza è di avere impor-
ti stanziati sul 2016, per l'e-
sercizio 2015 che si è appena
concluso. Non vorremmo in
questo anno ponte verso la
Riforma che si ripetessero i
ritardi degli ultimi tempi. La
legge pare avviata sulla buo-
na strada, insieme a Media-
coop e Legacoop Romagna
siamo stati e saremo parte
attiva nell'elaborazione dei
criteri e dei contenuti per
evitare nuove storture. Ma è
fondamentale che la riforma
possa contare su risorse ade-
guate a sostenerla.

SCUOLA Incentivi a 56 ragazzi per oltre 17mila euro



**Consegnati i premi
agli studenti di CMC**

Domenica 25 gennaio, nella sede di Cmc a Ravenna, si è svolto il tradizionale appuntamento della consegna degli incentivi allo studio per i figli di soci e dipendenti della cooperativa. Un appuntamento che Cmc mantiene da molti anni e che quest'anno ha riguardato 56 ragazzi fra Scuole Medie Superiori e Università, per un importo totale di oltre 17mila euro. A consegnare gli ambiti riconoscimenti è stato il Presidente, Massimo Matteucci.