

## **CoViD-19 e mezzi di informazione: Devastazione o Rinascita?**

*I mezzi di informazione sono considerati parte dell'infrastruttura di controllo politico nelle democrazie contemporanee. I governi hanno reagito alla pandemia CoViD-19 attraverso misure straordinarie che spesso non considerano le trasformazioni strutturali in corso nel settore. Nelle circostanze eccezionali degli scorsi mesi, il giornalismo ha aumentato il proprio livello di credito e fiducia tra i cittadini, ma il modello di business basato sulla pubblicità, già in crisi in precedenza, ha subito un tracollo. Questo è uno dei **risultati emersi da una ricerca del progetto Media for Democracy Monitor 2020**, condotto nell'ambito delle attività dell'Euromedia Research Group in diciassette paesi del mondo nel primo semestre 2020 ([www.euromediagroup.org/mdm](http://www.euromediagroup.org/mdm)).*

### **La debacle del modello basato sulla pubblicità**

Due tendenze caratterizzano il panorama dei media nei diciassette paesi analizzati dal progetto di ricerca **Media for Democracy Monitor 2020** dopo il blocco indotto dalla pandemia CoViD-19 nel marzo 2020.

Da un lato, i media che possono contare su una redazione di professionisti hanno raggiunto una maggiore audience e, in taluni casi, hanno visto aumentare il livello di fiducia nei loro confronti. Il servizio pubblico, così come i mezzi di informazione commerciali privati, hanno registrato una forte espansione nella richiesta di contenuti sia offline (televisione, giornali, radio), sia online (siti web, profili sui social media, ecc.).

Dall'altro lato, importanti industrie nel settore del commercio e dei servizi hanno sospeso le attività promozionali, portando al crollo dei modelli di business dei media basati sulla pubblicità. Come dato generale, gli introiti pubblicitari del mercato dei media sono crollati di circa il 30-50%, a seconda dei paesi. Come conseguenza, centinaia di testate hanno cessato la propria attività o sono passati ad una pubblicazione esclusivamente online. Il direttore di *Friends of Canadian Broadcasting*, Daniel Bernhard, ha espresso la sua preoccupazione così: "Con poche eccezioni, stiamo parlando dell'estinzione dell'intera industria dei media canadesi".

Per diverse settimane le *news* relative al CoViD-19 hanno dominato il *coverage* arrivando a coprire fino al 70% dello spazio informativo. Parallelamente, la disinformazione e le *fake news* sono diventati fenomeni estremamente rilevanti sulle piattaforme digitali.

I governi nazionali hanno reagito sostenendo finanziariamente le organizzazioni e le imprese dei media, anche in quei paesi normalmente avversi a garantire sussidi diretti all'informazione. La Germania, ad esempio, ha istituito un fondo di sostegno ai media di non meno di 200 milioni di euro. Il governo finlandese è tornato al regime di sovvenzioni precedentemente abbandonato. E il governo britannico ha deciso di spendere circa 35 milioni di sterline a sostegno del settore. Altri paesi hanno incrementato sostanzialmente il contributo erogato annualmente: l'Austria ha aumentato i sussidi per la stampa di una volta e mezza, la Svezia ha ampliato il regime di sovvenzioni di 70 milioni di euro e i Paesi Bassi hanno istituito un fondo di sostegno temporaneo di quasi 10 milioni di euro, con un'opzione per altri 24 milioni di euro da settembre a dicembre 2020.

Nella maggior parte dei casi, le sovvenzioni sono state destinate a garantire il normale flusso di notizie e a mantenere il personale giornalistico al lavoro. Questo generalmente ha funzionato bene per i giornalisti impiegati in maniera stabile, ma ha trascurato il gran numero di giornalisti free-lance, come mostrano i Rapporti dalla Germania e dal Belgio.

Uno sguardo più attento mostra alcune differenze interessanti nel modo in cui vengono concessi i sussidi ai media. Il Portogallo (15 milioni di euro) e il Regno Unito (35 milioni di sterline) hanno deciso di stanziare fondi statali ai media sotto forma di campagne pubblicitarie pubbliche, mentre la maggior parte degli altri paesi concede i propri sussidi come sostegno a fondo perduto.

### **Le strategie di contrasto alla disinformazione**

Pochissimi governi nazionali – fra i paesi inclusi nel campione MDM 2020 - hanno sviluppato una strategia per far fronte alla crisi dei media, al di là del salvataggio immediato delle imprese mediatiche. In Italia, ad esempio, AGCOM ha istituito quattro gruppi di lavoro, che includono rappresentanti del settore, per affrontare in modo strutturato gli effetti negativi della pandemia. Una task force ha lavorato (e lavora) ad esaminare la disinformazione online.

Nel complesso, le osservazioni del panorama dei media nazionali mostrano che le società di media con redazioni professionali e una lunga tradizione di attività sono state indispensabili durante la pandemia. Sono riuscite a riacquistare la fiducia del loro pubblico e a distinguere il loro lavoro professionale dal ‘rumore’ nelle piattaforme digitali. Durante la crisi pandemica, le persone hanno tendenzialmente riconosciuto e premiato le informazioni affidabili. I governi, d'altro canto, sono stati colti impreparati e le loro risposte finora hanno mirato ad affrontare problemi a breve termine piuttosto che a sostenere riforme strutturali ormai necessarie come risposta all'ambiente digitale in evoluzione.

### **Contatti MDM 2020 Italia:**

Christian Ruggiero, Sapienza Università di Roma ([christian.ruggiero@uniroma1.it](mailto:christian.ruggiero@uniroma1.it) - 3490649757)

Marinella Belluati, Università di Torino ([marinella.belluati@unito.it](mailto:marinella.belluati@unito.it) - 3332969267)

Rossella Rega, Università di Siena ([rossella.rega@unisi.it](mailto:rossella.rega@unisi.it) - 3473721676)

**Report completo (18 paesi) disponibile qui: <https://kutt.it/mdm2020-covid>**

Media for Democracy Monitor 2020 (MDM) è un progetto di ricerca longitudinale sulle prestazioni dei media in relazione alla democrazia. Nel 2011, scienziati della comunicazione e della politica di 10 paesi hanno prodotto un primo rapporto contenente lo stato dell'arte, basato su indicatori pertinenti individuati da esperti nazionali. I risultati sono stati pubblicati da Nordicom [in un volume disponibile in open access](#) e [sul sito web dell'Euromedia Research Group](#) è disponibile il database per singoli indicatori.

Nel 2020, ricercatori di diciotto paesi hanno applicato gli indicatori MDM al proprio contesto mediatico nazionale, fornendo approfondimenti sullo sviluppo della performance dei media in relazione alla democrazia nel decennio di digitalizzazione dei media (dal 2010 al 2019). I paesi partecipanti sono: Australia, Austria, Belgio, Canada, Cile, Danimarca, Finlandia, Germania, Grecia, Hong Kong, Islanda, Italia, Paesi Bassi, Portogallo, Svezia, Svizzera, Corea del Sud e Regno Unito. I risultati completi dello studio verranno pubblicati all'inizio del 2021. Il progetto di ricerca è finanziato dal [Dutch Journalism Fund](#).

Il Progetto MDM è parte delle attività dell'Euromedia Research Group, con il coordinamento e la gestione di Josef Trappel, Professore di Politica ed economia dei media presso l'Università di Salisburgo ([josef.trappel@sbg.ac.at](mailto:josef.trappel@sbg.ac.at)).