

I marchettari

Quando è successo? In quale momento i giornalisti si sono trasformati in marchettari? I direttori di giornali in manager pubblicitari? Le redazioni in addetti stampa delle grandi aziende? E' sempre stato così? L'informazione è sempre stata una grande puttana? O c'è un prima e un dopo? La notizia non è più una merce, ma un veicolo patogeno che contiene virus di marche automobilistiche, di acque minerali, di medicinali inutili. Ma per fortuna a proteggerci c'è qualcuno. Il Gigante buono dell'Authority. Un Gigante immobile. Che può intervenire solo su denuncia dei cittadini. Se nessuno facesse una denuncia, gli impiegati dell'Authority potrebbero starsene sempre a casa.

Noi italiani siamo straordinari. Riusciamo a pagare per leggere la pubblicità occulta. Non è più l'azienda a pagare il giornale per le inserzioni. Siamo noi che paghiamo per leggere la pubblicità sotto forma di articoli. Quella più schifosa. Che ti trova indifeso. Una volta la marchetta il giornalista la faceva tra un servizio e l'altro. Sperando di non farsi notare. Adesso scrive il servizio tra decine di marchette. Sperando che qualcuno lo noti.

Gli editori hanno una sola cosa in testa. L'attenzione al cliente (dell'inserzionista). Non più lettore, ma consumatore. Circonvenzione di consumatore. Un'attenzione morbosa, pedogiornalismo. L'inserzionista è il datore di lavoro dei giornalisti, ma chi paga l'uno e gli altri siamo sempre noi. Paghiamo il giornale, la pubblicità occulta, il prodotto pubblicizzato.

E finanziamo i giornali con le nostre tasse. Perché i giornali sono finanziati dallo Stato. Senza chiuderebbero. RESET. Aboliamo i finanziamenti ai giornali e ai loro direttori. Che tromboneggiano, debortoleggiano sullo sfondo con grande, intelligente distacco in ogni talk show.

Giuseppe Altamore ha scritto un libro di autodifesa: «I padroni delle notizie» e ha rilasciato un'intervista per il

blog a Piero Ricca. Guardate il video. Poi disdettate gli abbonamenti.

