

## ANALISI

# Un risparmiatore più vigile garantisce la libertà economica

di **Tito Boeri**

**Q**uando andavo al liceo non passava giorno senza che, entrando a scuola, non mi trovassi un volantino in mano. Spesso più d'uno. Oggi sono una rarità. Per offrire una voce a disagi diffusi non si scrive un manifesto, convoca un'assemblea o organizza una manifestazione, non ci si rivolge neanche al sindacato, alle associazioni locali o ai partiti. Quella cinghia di trasmissione dal particolare al generale non c'è più. Bisogna cercare di essere sbattuti in prima pagina, senza mediazione alcuna. Gli operai dell'Innse saliti su una gru per protestare contro la chiusura della loro fabbrica hanno fatto scuola. La loro voce è stata ascoltata. Ma quante altre? L'attenzione dei media è molto selettiva. Ormai anche gli operai che salgono sui tetti non fanno più notizia. Bisogna occupare l'ex carcere dell'Asinara, come gli operai in cassa integrazione della Vinyls. E poi cos'altro si inventeranno dopo l'Isola dei cassintegrati?

Il mondo in cui viviamo è sempre più ricco di informazioni e sempre più povero di attenzione. Ciò che sta lì in mezzo alle nostre orecchie è la risorsa più scarsa. I nuovi padroni dei vapori sono i padroni dell'attenzione, coloro che controllano i media, i programmi di maggiore ascolto. Contano oggi molto di più di chi detiene il capitale fisico, sono molto più influenti dei proprietari delle fabbriche, delle ferrovie, anche dei grandi centri commerciali.

Molte informazioni sono costose da produrre, ma non da diffondere e riprodurre. Ci sono costi fissi elevati nel raccogliere le informazioni e costi marginali molto bassi nel trasmetterle. Innovazioni tecnologiche come internet hanno reso potenzialmente accessibili a miliardi di persone informazioni a costo zero. Com'è sempre più facile diffondere le informazioni, è anche sempre più facile appropriarsene senza riconoscerne la fonte, la proprietà intellettuale. Questo può rendere impossibile la vendita di informazioni, dunque il recupero dei costi di produzione, da parte di chi li ha sostenuti. Può portare anche al collasso o al forte ridimensionamento di interi mercati dell'informazione, come quello della carta stampata, che hanno costi di produzione elevati.

La crisi dei produttori di informazione li può rendere particolarmente vulnerabili alle pressioni, al condizionamento del potere economico e politico. Una fonte di finanziamento sempre più importante

per produttori di informazione che non riescono ad escludere dall'accesso all'informazione chi non paga per ottenerla è rappresentata dalla pubblicità. Ma anche il mercato della pubblicità può essere soggetto a forti condizionamenti, a pressioni della politica o dei cosiddetti "poteri forti". Anche la pubblicità può diventare un'arma di ricatto. Non sarà difficile per tutti voi trovare esempi calzanti.

Queste pressioni e questi condizionamenti sono spesso opachi, poco trasparenti, per cui chi accede alle informazioni non è in grado di valutarne la natura, non può facilmente capire se e in che misura si tratta di informazioni distorte, di parte. Questo apre interrogativi preoccupanti circa l'esercizio del controllo democratico dei cittadini. L'intreccio fra potere economico e mediatico alimenta poi il sospetto che informazioni economiche di base, ad esempio sui risultati di società quotate, vengano sottaciute o alterate per sostenere gruppi rappresentati nella proprietà dei media o che comunque contribuiscono al loro finanziamento. Ci sono anche rilevanti costi economici nella disinformazione. Con poche e distorte informazioni i prezzi che si formano sui mercati sono essi stessi poco informativi. Senza informazioni, i prezzi smettono di svolgere la loro funzione e i mercati non possono operare.

Un esempio immediato dei costi della mancanza di informazioni o della presenza di informazioni poco credibili ci viene dalla genesi della Grande Recessione del 2009. Il crollo di interi segmenti dei mercati finanziari è stato proprio il prodotto di asimmetrie informative, banche che non si fidavano più le une delle altre perché sapevano che c'erano tutti quei "titoli tossici" in circolazione e che le banche che li detenevano in grandi quantità avrebbero fatto di tutto per non rivelarlo. Anche quando le banche erano davvero poco "intossicate" e dunque desiderose di far conoscere il buon stato dei loro bilanci, non avevano alcun modo di rendere credibili le informazioni rassicuranti da loro trasmesse ai mercati.

Le informazioni hanno un valore nella misura in cui sono credibili. A una persona in cerca di lavoro che volesse convincere un proprio potenziale datore di lavoro circa le proprie qualità non basterà proclamarsi in grado di svolgere bene quel mestiere. Dovrà trovare un modo di rendere visibili al proprio potenziale datore di lavoro le proprie qualità. Dovrà convincerlo che sta facendo la scelta giusta. Se ha titoli di studio da esibire li metterà in

mostra, non tanto perché servano in quella professione (magari ha una laurea in filosofia e vuole fare l'assistente biologo marino, come molti italiani che scelgono l'università cui iscriversi come il ristorante del sabato sera), ma per segnalare le proprie capacità. Solo chi è bravo riesce a conseguire quei titoli di studio. E se è così bravo, farà bene anche in altri impieghi.

Non sempre i datori di lavoro vogliono essere rassicurati circa le qualità dei loro dipendenti. Vi riproduco, quasi letteralmente, un racconto agghiacciante e deprimente al tempo stesso, di cui sono stato testimone qualche giorno fa. Un giovane e ancora entusiasta ricercatore viene assunto da una istituzione pubblica nel gruppo di collaboratori di un alto dirigente. Il lavoro è spesso di routine e ben al di sotto delle aspirazioni del neoassunto, il dirigente distante e il rapporto formale. Ma ogni tanto si creano situazioni di dialogo, e in una di queste il dirigente offre la seguente lezione di vita: "tu ti illudi se pensi che i tuoi brillanti titoli conseguiti in università straniere siano importanti per la tua carriera. Vedi, io per farmi no-

## IL CASO DEL 2009

Durante la crisi, il crollo di alcuni segmenti dei mercati finanziari è stato il prodotto di asimmetrie tra le notizie diffuse e ciò che in effetti stava accadendo

## TRASPARENZA

Anche quando le banche erano poco intossicate e volevano far conoscere le performance, non avevano modo per rendere credibili i loro bilanci



minare e avere una prospettiva ho avuto bisogno di mettere insieme un corposo dossier di fatti opachi e poco commendevoli che mi rende ricattabile. Questo è il mio vero asset, è quello che garantisce a chi mi nomina la mia obbedienza. Questo è il mio lasciapassare per la carriera". Le organizzazioni criminali si basano proprio su scambi di questo tipo, in cui i superiori gerarchici si assicurano la fedeltà dei subalterni mediante il ricatto reso possibile dal possesso di informazioni compromettenti sul loro conto. Devono rimanere riservate per dare luogo al ricatto. Forse la vera ragione per cui componenti non piccole della classe dirigente in Italia non tollerano le **intercettazioni telefoniche** è che rendono pubbliche informazioni compromettenti che dovrebbero rimanere riservate per cementare rela-

zioni gerarchiche o equilibri di potere retti sul ricatto reciproco.

Di questi e di altri temi parleremo alla quinta edizione del Festival. Cercheremo di fornirvi strumenti per selezionare le informazioni economiche in base alla loro importanza e attendibilità, per leggere le statistiche così spesso disprezzate dal potere politico. Cercheremo anche quest'anno di meritarcì la vostra attenzione. Vi ringraziamo sin d'ora per quella che ci saprete accordare.

*Tito Boeri è responsabile scientifico del Festival dell'Economia*

© RIPRODUZIONE RISERVATA