Quel "Terzo Occhio" della BBC un po' strabico

Data: Invalid Date | Autore: Andrea Intonti



LONDRA, 19 NOVEMBRE 2011 -In questi ultimi giorni, con gli sconvolgimenti dello scenario politico nazionale (nel quale, al momento, è stata abolita – de facto – anche l'opposizione parlamentare) e nei mesi scorsi con le rivolte registrate sull'altra sponda del Mar Mediterraneo, l'opinione pubblica è stata spesso chiamata a schierarsi, dalla parte del governo non-democraticamente-eletto o per la democrazia, che si parlasse dell'avvento del governo tecnico in Italia o della caduta dei regimi in Nord Africa.[MORE]

Ma come si crea l'opinione dell'opinione pubblica? O meglio: come si orienta? Nelle guerre, lo sappiamo, basta definire i ruoli del “buono” e del “cattivo”; nel commercio – ovviamente – esistono gli spot di 30 secondi. Ma cosa avviene quando non si riesce a definire nitidamente dove finisce l'informazione e dove inizia la pubblicità, quando magari queste si fondono in uno di quei programmi d'approfondimento che spesso ci vengono proposti dalle nostre televisioni? Quando questo avviene, si ha quel “piccolo-grande scandalo” che ha investito, pochi mesi fa, la British Broadcasting Comunication.

Nell'edizione di mercoledì 16 novembre, il quotidiano britannico The Independent è uscito con un articolo – evidenziato anche dallo sfondo giallo su cui è stato presentato – dal titolo “Come la Bbc è diventata uno strumento di propaganda per il regime di Mubarak”, riprendendo un discorso iniziato nell'agosto di quest'anno.

Tutto ruota, spiegano dal quotidiano, intorno all'acquisizione da parte della British Broadcasting Corporation di documentari a costi bassissimi, realizzati da un'azienda – la londinese FactBased Communications Media (Fbc Media) – che ha lavorato, nel tempo, anche per la promozione dei governi di Egitto e Malesia. In totale questi video hanno violato ben 15 delle linee-guida editoriali su cui si basa il lavoro di informazione della BBC «colpita al cuore della sua reputazione internazionale», come hanno detto dall'organo di governo del network, compromettendone così «l'integrità editoriale».

Uno degli elementi su cui sta indagando l'Ofcom – l'autorità regolatrice per le società di comunicazione britanniche – riguarda la realizzazione, per il programma “Third Eye” (“Terzo occhio”) di un'approfondimento sul futuro dell'Egitto una volta terminata l'euforia di Piazza Tahrir e della “Primavera Araba” (trasmissione, andata in onda a marzo, che potete vedere cliccando sul video allegato) nel quale si lanciava l'allarme sulla possibile presa di potere da parte dei musulmani integralisti attraverso la Fratellanza Musulmana. Peccato che la stessa Fbc Media avesse il compito di promuovere all'estero l'immagine di un Egitto “liberale, aperto e business friendly”, per diretta richiesta del ministero per gli investimenti (detto Gafi) egiziano. Non esattamente l'immagine che veniva fuori, in quegli stessi giorni, dalle piazze infuocate. È da leggersi proprio secondo quest'ottica non solo la redazione di un rapporto del 2006 il cui compito era quello di disegnare l'Egitto come il partner commerciale perfetto, impegnato in un ampio programma di riforme politiche ed economiche, ma anche l'intervista per il canale internazionale della Bbc a Youssef Boutros-Ghali, ex ministro delle finanze condannato a 15 anni di carcere per corruzione.
In particolare, stando al rapporto realizzato dall'organo di controllo del network, nel documentario vengono collegati l'Istituto Internazionale per il Pensiero Islamico – accusato di essere sotto stretta sorveglianza antiterroristica da parte degli americani – i Fratelli Musulmani e Anwar Ibrahim, che con l'Egitto non c'entra nulla.

Oltre all'industria malese, nel portfolio della Fbc c'è stata un'altra grande corporation come Microsoft, che ha commissionato una serie di programmi per la Cnbc – in particolare nella trasmissione “World Business”, programma che si occupa di questioni economiche e finanziarie su scala mondiale – il cui scopo era quello di preparare la strada al lancio di un Innovation center ad Aachen, in Germania, ed uno a San Pietroburgo, Russia. All'interno della campagna europea, Microsoft e Fbc avevano previsto anche la realizzazione di alcuni servizi sul lavoro che la Microsoft svolge per l'Alto commissariato Onu per i rifugiati (Unhcr, in inglese) e la Croce Rossa tramite la fornitura di tecnologia ai rifugiati, non è chiaro – scrivono a The Independent – se le due organizzazioni siano mai state mese al corrente.

Bbc World News attrae qualcosa come 78 milioni di spettatori a settimana ed è visibile in più di 200 paesi. Dunque, moltiplicando il numero di spettatori settimanale per l'arco dell'intero anno è facile capire quanta "opinione pubblica" venga creata (o spostata, come dicevamo all'inizio) dai suoi programmi.

Uno sguardo all'Italia.A capo della Fbc c'è una vecchia conoscenza del panorama giornalistico italiano, Alan Friedman. Ed è rilevante, con ogni probabilità, anche il lavoro giornalistico che la società ha fatto nel nostro paese, dove ha lavorato per molte realtà informative come la piattaforma Sky, la Rai e La7 la cui proprietà – Telecom Italia Media – è stata fino al 2009 proprietaria di Miaeconomia Srl, società partecipata al 70% proprio dalla Fbc Ltd, di cui Friedman è Chief executive e che nel 2009 ha realizzato “La Nuova Via della Seta” proprio per La7.
Quest'anno – scrive sempre The Independent – lo stesso Friedman si è prodigato, nell'ambito del World Economic Forum di Davos, in elogi verso Susilo Bambang Yudhoyono, presidente

dell'Indonesia, il cui intervento – ignorato dal 99 per cento degli altri commentatori presenti – è stato definito come «il più impressionante, incisivo e più visionario discorso tenuto da un leader mondiale qui (a Davos, ndr) da molto tempo». La stessa Indonesia che ha affidato il rilancio all'estero proprio alla Fbc Media.

Andrea Intonti

Articolo scaricato da www.infooggi.it
https://www.infooggi.it/articolo/quel-terzo-occhio-della-bbc-un-po-strabico/20736