

VITTORIO SABADIN

LA STAMPA ITALIANA NELLA
CONSTRUZIONE EUROPEA

Tutte le sere, intorno alla mezzanotte nelle redazioni dei più importanti giornali italiani, si assiste a uno strano fenomeno: direttori, vice-direttori e capi redattori si siedono davanti alla Tv e aspettano con ansia la fine dei telegiornali. Alla fine del telegiornale, tutte le reti televisive italiane trasmettono infatti una sintesi delle prime pagine dei quotidiani del giorno dopo, che si sono fatte trasmettere per fax da ogni redazione. Da quel momento comincia in ogni giornale un lavoro frenetico per fare in modo che la propria prima pagina abbia più o meno tutte le notizie che hanno le prime pagine dei concorrenti. Il risultato, il giorno dopo, è che tutti i principali giornali italiani sembrano perfettamente uguali.

Credo che un comportamento del genere non abbia riscontro in nessun paese del mondo. Dovunque i giornali cercano di essere diversi uno dall'altro e di conquistare nuovi lettori grazie alla loro diversità. In Italia i giornali sono diversi dalla seconda pagina in avanti, ma in prima pagina sono tutti perfettamente allineati sugli stessi argomenti, come forse non lo erano neppure i giornali sovietici ai tempi di Stalin.

Perché succede tutto questo? La risposta sta in una sola parola: paura. Nessun giornale, in Italia, è attualmente sicuro di potere mantenere le proprie posizioni nelle vendite. La concorrenza tra i principali quotidiani è molto forte, al punto che per conquistare più lettori si ricorre a ogni espediente: concorsi a premi, cassette di musica classica, corsi di lingue straniere, fascicoli con la storia del risorgimento italiano o della Rivoluzione Francese sono distribuiti gratis insieme ai giornali. In Italia ci

sono 84 quotidiani, che vendono ogni giorno quasi sette milioni di copie. Di questi, dieci possono essere definiti quotidiani nazionali e sono venduti in ogni parte del Paese. Questi dieci quotidiani occupano il 50 per cento della diffusione complessiva, una percentuale che dà l'idea della forte concorrenza esistente tra i giornali italiani. In Gran Bretagna, ad esempio, il 50 per cento della diffusione complessiva è assicurato da sole quattro testate.

L'Italia è lontana dall'Europa non solo per i suoi problemi economici e politici. Anche nel rapporto tra giornali venduti e abitanti, siamo agli ultimi posti: 118 copie vendute ogni 1000 abitanti. Peggio di noi stanno solo Spagna, Grecia e Cipro. Non voglio annoiarvi con una lunga indagine sociologica sulle ragioni che hanno finora tenuto molti italiani lontani dai giornali. Resta il fatto che se ogni dieci abitanti in Norvegia si vendono sei giornali, in Svezia 5, in Svizzera 4, in Germania e Gran Bretagna 3, in Italia se ne vende uno. E neppure dappertutto: c'è infatti una forte disparità tra le copie vendute al Nord (il 57 per cento del totale) e quelle vendute nelle regioni povere del Sud, come il Molise, dove si vende una copia ogni 26 abitanti.

Le centinaia di emittenti che operano in Italia proliferano grazie a un solo introito: la pubblicità. Nel 1975 ai giornali andavano circa 244 miliardi di lire (200 milioni di dollari) di pubblicità contro 64 miliardi alle televisioni. In poco più di dieci anni questo rapporto si è rovesciato: nel 1988 le televisioni hanno incassato 3145 miliardi di lire, contro i 2850 dei giornali. La quantità di spot pubblicitari trasmessi dalla televisione italiana è tra le maggiori d'Europa, anche se è stata recentemente ridotta da una legge. Per ogni ora di trasmissione ci sono adesso mediamente 12 minuti di pubblicità, contro i sei della Francia, i 10 della Spagna ed è molto invidiabile la condizione della Germania, paese nel quale —se non sbaglio— non ci sono interruzioni pubblicitarie sulle reti pubbliche. Gli editori italiani accusano le televisioni di concorrenza sleale, perché praticano tariffe molto basse. E le televisioni rispondono che questi sono gli inconvenienti del libero mercato. La discussione su questo tema in Italia è molto vivace, anche perché molti editori stanno chiudendo i loro bilanci in perdita e vedono un futuro nero, dalle prospettive incerte.

Quella che ho tracciato finora è solo una piccola sintesi dell'attuale situazione dell'editoria italiana alla vigilia dell'unificazione europea. Abbiamo in comune con gli altri paesi della comunità forti preoccupazioni per l'andamento economico del mercato e della pubblicità, ma partiamo un po' più svantaggiati a causa del basso numero di lettori, della mancanza di valide leggi che governino il mercato, di una competizione molto accentuata tra i principali giornali.

Devo ammettere che tra i giornalisti italiani (e di conseguenza anche

tra gli italiani) l'unificazione europea non è mai stata un argomento molto popolare. Non voglio dire che l'Italia sia contraria all'unificazione. Tutt'altro. Ma nessuno si è mai posto il problema di che cosa volesse dire una Europa unita fino a quando le scadenze del trattato di Maastricht non ci hanno messo di fronte alla realtà. Quello dell'unificazione è un argomento del quale i giornali italiani hanno parlato molto poco rispetto a tutti gli altri giornali europei. Era considerato noioso, burocratico, poco interessante per i lettori. E anche i giornali non hanno ancora riflettuto abbastanza su che cosa vorrà dire per loro la caduta delle frontiere europee.

I maggiori gruppi editoriali, come "Espresso e Repubblica" o "Rizzoli Corriere della Sera" stanno cercando accordi economici e di partecipazione azionaria con altri giornali europei. Repubblica ha raggiunto un accordo con El Pais e ha una partecipazione azionaria anche nell'Independent. Ora sta cercando di far nascere un nuovo quotidiano in Francia con un capitale misto. Il Corriere della Sera ha definito un accordo azionario con El Mundo in Spagna, mentre non sono andati a buon fine tentativi di accordi in Francia con il gruppo Hachette. La caduta delle frontiere europee è vista per ora dai principali gruppi editoriali italiani come una opportunità di fare nuovi affari, di mettere un piede in altri gruppi per controllare meglio il mercato pubblicitario e rafforzare le proprie posizioni economiche. Può essere la strada giusta, dal punto di vista di un editore. Dal punto di vista di un giornalista, le cose sono un po' diverse.

Credo sia arrivato il momento di raccontare che cosa il giornale per il quale lavoro, La Stampa di Torino, ha fatto per preparare a suo modo l'integrazione europea. E' una storia che comincia alla fine dello scorso anno, quando in una riunione di direzione ci venne l'idea —per niente straordinaria— di chiedere un'intervista a Mikhail Gorbaciov. Se ne discusse un po', poi si decise che il direttore Paolo Mieli e il condirettore Ezio Mauro, che era stato per alcuni anni corrispondente dall'Urss, sarebbero partiti per Mosca. E se Gorbaciov dice di no? —chiese uno di noi. Se dice di no gli chiederemo di scrivere un articolo, rispose un altro. Ci fu una risata generale: nessuno credeva davvero possibile che Gorbaciov si mettesse alla macchina da scrivere e preparasse un articolo per un giornale occidentale.

Non voglio fare paragoni irriverenti, data la grande figura di statista di Gorbaciov. Ma immaginate di andare nell'albergo dove sta Kim Basinger, riuscire a entrare nella sua stanza, chiederle "Vuole venire a vivere con me?" e sentirsi rispondere di sì. A Mosca, a casa di Gorbaciov, è successo proprio questo: ha rifiutato l'intervista, ma ha accettato di scrivere articoli in esclusiva per La Stampa. Ha solo chiesto: "Siete una tribuna internazionale?". Ezio Mauro ha fatto mentalmente un po' di conti, pensando ai giornali stranieri con i quali in quel momento avevamo contatti (non molti, per la verità) e ha risposto di sì. Il contratto, per due anni, è stato firmato dopo una settimana.

Perché La Stampa? Perché non il New York Times, o l'Ashia Shimbun, o Le Monde?

A nostro favore hanno giocato molti fattori. Il primo è che abbiamo avuto il coraggio di chiederglielo. Il secondo è che Gorbaciov, riflettendo sulla nostra proposta, ha valutato che non gli conveniva, da un punto di vista politico, fare accordi diretti con giornali americani. Il terzo è che Gorbaciov conosceva benissimo La Stampa: ha sempre avuto un ottimo rapporto con Giulietto Chiesa, il nostro corrispondente da Mosca, ed è legato anche da una reciproca stima con Giovanni Agnelli, proprietario de La Stampa.

Ma ci aveva chiesto: "Siete una tribuna internazionale?" Subito dopo questa domanda è cominciata la mia parte di lavoro: trovare giornali che pubblicassero in tutto il mondo gli articoli che Gorbaciov avrebbe scritto per La Stampa. Il nostro obiettivo non era quello di fare un business con gli articoli di Gorbaciov. Abbiamo invece pensato che sarebbe stato possibile usare questi articoli per aprire le porte di molti giornali stranieri e avviare finalmente un progetto che avevamo in mente da tempo: quello di creare una vasta rete di giornali collegati fra di loro, un legame basato su scambi non di quote azionarie, ma di articoli.

Queste reti esistono già in tutto il mondo. Sul tavolo di ogni capo redattore arrivano ogni giorno decine di fax, con offerte di articoli dalla catena del New York Times, del Los Angeles Times, di Le Monde, dell'Observer, del Guardian. Ma si tratta di offerte a una sola direzione, il cui meccanismo prevede di trarre un profitto dalla vendita di articoli. Esistono poi altre catene, come quella di "World Media" alla quale anche La Stampa aderisce. Finora però è stata utilizzata quasi esclusivamente per produrre inserti speciali monografici, ai quali collaborano giornalisti di tutti i giornali del gruppo, che vengono distribuiti con i quotidiani. Solo raramente World Media offre articoli su avvenimenti di attualità.

Quello che noi avevamo in mente era invece una rete a due direzioni, nella quale noi offrivamo articoli ricevendo in cambio articoli.

All'inizio non abbiamo avuto molto successo. Un famoso settimanale tedesco, alla nostra offerta degli articoli di Gorbaciov, ha risposto: "Se avessimo voluto pubblicare una cosa del genere, l'avremmo già fatto: abbiamo i mezzi a la capacità per riuscirci da soli". Un grande giornale francese ha invece risposto: "Ci piacerebbe, ma il nostro giornale non ha mai pubblicato in tutta la sua storia articoli di altri giornali e non comincerà a farlo adesso". Anche il New York Times in tutta la sua storia non aveva mai pubblicato articoli di altri giornali, eppure ha accettato tra i primi, con entusiasmo, la nostra offerta.

Quando Gorbaciov ci aveva chiesto se eravamo "una tribuna internazionale" pensava a cinque-dieci giornali al massimo, che nel mondo avrebbero ripreso i suoi articoli. Al termine di due settimane infernali, nelle quali il telefono cominciava a squillare alle nove del mattino e finiva alla nove di sera, avevamo raggiunto un accordo con tredici giornali europei (uno per ogni Paese della Comunità europea, più un quotidiano svizzero)

e con altri 140 giornali in tutto il mondo, dall'Alaska al Giappone, dal Golfo Persico a Hong Kong. Abbiamo calcolato che gli articoli di Gorbaciov vengono stampati in più di 100 milioni di copie e hanno circa 300 milioni di lettori. Nessun giornalista, nessun uomo politico ha mai avuto la possibilità di esprimere le sue opinioni per una platea così vasta e questa è stata senza dubbio la più vasta operazione editoriale su una singola firma che la storia del giornalismo abbia mai registrato. Nell'impresa ci ha aiutato molto il New York Times Syndication, che ha la sua base a Parigi e collegamenti con centinaia di giornali americani e di tutto el mondo.

Un mese fa ho portato a Mosca a Gorbaciov i risultati di questo lavoro. Avevamo fatto stampare una cartina del mondo; nella quale i paesi che pubblicavano i suoi articoli erano evidenziati con un tratto più scuro, e quelli che non li pubblicavano erano più chiari. Quando l'ha vista, ha puntato il dito sull'ex Unione Sovietica, un paese grandissimo e nella cartina desolatamente chiaro, e ha detto in russo: "Ho ancora qualche piccolo problema qui".

Dopo Gorbaciov, grazie a Gorbaciov, La Stampa ha aperto un canale di comunicazione sull'Europa e sul mondo che pochissimi giornali italiani e stranieri hanno a disposizione. Contiamo di coltivarlo e svilupparlo, senza farci scoraggiare dai pregiudizi del genere "noi non pubblichiamo pezzi di altri" che sono molto radicati soprattutto nei giornali più vecchi, più noiosi e più in crisi.

E'una caratteristica dei giornali e dei giornalisti quella di considerarsi sempre i migliori e svalutare le fatiche e prodotti degli altri. Ma questa è una filosofia che porta all'isolamento e impedisce di comprendere le possibilità enormi offerte dall'interscambio tra giornali di qualità. Nessuno ha ancora approfondito a sufficienza questa materia, anche perché fino a pochi anni fa non c'era la tecnologia adatta a svilupparla concretamente. Pensate, ad esempio, che cosa sarebbe stata l'operazione—Gorbaciov senza una tecnologia semplice come il fax. Che cosa avremmo fatto con i suoi articoli? Li avremmo telefonati in inglese o in russo a uno stenografo che—ad esempio in Danimarca— conoscesse l'inglese o il russo? Oppure li avremmo battuti su una telescrivente ripetendo l'operazione per ogni giornale del gruppo? Oggi un fax collegato a un computer invia in poche decine di minuti l'articolo di Gorbaciov in tutto il mondo, partendo da un unico originale memorizzato.

Ma ci sono altre tecnologie, in alcuni casi già operanti, in altri ancora sperimentali, che possono contribuire in maniera determinante a creare grandi reti di giornali collegati fra di loro. Sono già in produzione macchine fotografiche che registrano le immagini su un dischetto e possono trasmetterle via satellite attraverso un telefono in tutto il mondo. Ci sono sistemi elettronici di collegamento diretto con gli archivi dei giornali o con banche dati esterne. C'è la possibilità di collegare fra di loro computer grafici. C'è l'idea, in qualche giornale, di aprire l'archivio alla consultazione elettronica commerciale esterna.

Sotto la spinta degli editori, che ne vedono il grande potenziale economico e commerciale, sta nascendo il giornale elettronico, che può e deve essere utilizzato anche per varcare i confini e avvicinare i giornali europei. La televisione ha già compiuto da tempo questo passo, realizzando prima dei quotidiani il grande villaggio globale dell'informazione. Il satellite ha permesso a qualunque rete televisiva di collegarsi in pochi minuti con qualunque altra importante rete del pianeta e farsi trasmettere le immagini dei principali avvenimenti, dal terremoto di Los Angeles alla guerra in Bosnia. Ma mentre ogni sera, attraverso il telegiornale di ogni televisione di ogni paese del mondo entrano in casa le immagini freschissime dei principali avvenimenti, i giornali continuano a comportarsi come se questa possibilità non fosse loro offerta.

Perché? Le ragioni, come accennavo prima, sono radicate in una specie di orgoglio di categoria, di difesa corporativa delle proprie qualità e possibilità. Così, di fronte a qualunque avvenimento, si continua a ragionare con i vecchi schemi. Se succede qualcosa di interessante in un altro paese, ogni giornale reagisce in questo modo: chiama il proprio corrispondente se ne ha uno, se non ce l'ha si limita a pubblicare le notizie fornite dalle agenzie. Se di questo avvenimento arriva, sempre attraverso le agenzie, una bella foto la pubblica, se no ne fa a meno. Nel paese dove questo avvenimento si è verificato ci sono però decine di giornali che lo seguono con ampi articoli, con foto dei loro fotoreporter, con commenti dei loro esperti. Perché non è possibile usare questo materiale? La tecnologia lo consente, le consuetudini all'interno dei giornali no.

Vorrei fare qualche esempio, tratto dalla cronaca recente. Un avvenimento italiano che ha avuto all'estero una enorme risonanza è stato l'omicidio del giudice Giovanni Falcone. Ovviamente La Stampa come tutti gli altri giornali italiani, ha inviato sul posto tre giornalisti. La sera stessa avevamo una buona ricostruzione dei fatti, una biografia di Falcone, un suo vecchio articolo nel quale parlava della paura di essere ucciso, un disegno dell'autostrada sulla quale era stata fatta esplodere la bomba e della tecnica probabilmente usata dagli attentatori. Troppo materiale per un giornale straniero, ovviamente. Ma alcune delle cose che avremmo pubblicato il giorno dopo sarebbero certamente state utili a qualche altro quotidiano europeo: non solo alcuni articoli ma anche, ad esempio, i disegni di come è avvenuto l'attentato o delle fotografie diverse da quelle distribuite dalle grandi agenzie internazionali, tutto materiale che avremmo potuto trasmettere facilmente e rapidamente con un fax o un collegamento diretto tra computer. E diffatti la nuova forma di collaborazione che abbiamo instaurato con i giornali europei, con tutte le sue difficoltà, in questo caso ha funzionato. Il giorno dei funerali di Falcone mi ha telefonato il capo redattore di Libération, il giornale francese che pubblica gli articoli di Gorbaciov, chiedendomi se avremmo potuto inviare loro il servizio del nostro inviato a Palermo, perché non erano riusciti a mandare nessun loro

giornalista sul posto. E alcuni giorno dopo, Libération ci ha chiesto l'articolo di un nostro columnist che raccontava perché non andava più allo stadio. Man mano che questa collaborazione si sviluppa, ci rendiamo conto che gli argomenti sui quali si può attivare l'interscambio sono infiniti. Alla vigilia della conferenza di Rio sull'ambiente, il giornale inglese The Guardian, con il quale da tempo La Stampa ha ottimi rapporti, ha cercato di ottenere dal commissario Cee Carlo Ripa di Meana un'intervista che spiegasse il motivo del suo rifiuto a partecipare alla conferenza. Ripa di Meana ha risposto di no. Il Guardian ci ha chiesto se potevamo aiutarli e l'abbiamo fatto: Ripa di Meana ha scritto un articolo per La Stampa, e noi l'abbiamo ceduto al Guardian e a Libération. I giornali collegati a La Stampa hanno pubblicato in questi mesi decine di articoli e interviste realizzati dai nostri giornalisti e noi abbiamo pubblicato decine di loro servizi.

Ma in questo campo siamo ancora come i vecchi pionieri che andavano alla scoperta del Far West: quasi nessun giornale conosce esattamente i problemi che dovrà affrontare nell'interscambio con altri giornali e si è dotato di una struttura adeguata a risolverli. Il primo problema è la lingua. Fino a pochi anni fa nella maggior parte dei quotidiani solo qualche inviato speciale conosceva una lingua straniera. Ora non è più possibile fare seriamente questo mestiere senza conoscere bene l'inglese, che sta diventando anche nei giornali una specie di lingua universale. Sembra forse strano, ma anche i giornali di Paesi come la Spagna e la Francia, la cui lingua ha certamente più affinità con l'italiano che non con l'inglese, preferiscono ricevere testi in inglese.

E' evidente che un giornale che desidera integrarsi con altri giornali stranieri deve ripensare la sua organizzazione e creare un desk che si occupi esclusivamente di questo. Così come esiste il settore degli esteri o della politica interna o degli spettacoli, deve esistere un gruppo di persone che conosca bene la lingue straniere, tenga i contatti con i giornali collegati e legga ogni giorno i principali giornali che si pubblicano in Europa e nel mondo. La Stampa ha attivato da circa due anni —ed è forse l'unico quotidiano in Europa a farlo— un servizio di lettura dei giornali stranieri, dai quali riprendiamo idee e articoli che il giorno dopo fanno spesso la differenza tra noi e i giornali italiani concorrenti. Ci siamo anche organizzati in modo da poter tradurre in poche ore qualunque testo: nostri giornalisti traducono dalle principali lingue europee all'italiano, mentre le traduzioni dall'italiano all'inglese sono affidate a traduttori di lingua madre inglese. Gli articoli di Gorbaciov sono tradotti in inglese da un professore di scienze politiche dell'Università di Chicago.

Quando il legame è solido e funziona, bisogna arrivare a considerare i giornali stranieri quasi come una parte del proprio staff, al quale si può ricorrere in qualunque momento per migliorare il proprio giornale. E' necessario che le informazioni corrano rapidamente tra le redazioni e che i giornali collegati si trasmettano ogni giorno un elenco di servizi che possono essere di reciproco interesse.

Su questa strada ci sono ancora molti ostacoli. Voglio accennare solo brevemente alla differenza che esiste tra i contratti giornalistici dei paesi europei e sul diritto d'autore: in Francia e in Italia, ad esempio, bisogna retribuire il giornalista autore di un pezzo che viene ceduto a un altro giornale, in altri Paesi no. La legge prevede in alcuni casi l'autorizzazione del giornalista interessato, in altri no. Tutta questa normativa andrebbe in qualche modo armonizzata e bisognerebbe arrivare ad una legge comunitaria sulla professione giornalistica che valga in tutti i paesi della Cee.

La Stampa crede molto in questo progetto e personalmente ritengo che sia l'unico modo per avvicinare i giornali all'Europa e l'Europa ai giornali. L'esperienza di iniziative editoriali come L'European ha dimostrato che un giornale "europeo" ha pochissime possibilità di sopravvivere, perché gli europei ancora non esistono. Esistono spagnoli, francesi, inglesi, tedeschi, italiani che hanno troppi problemi nei loro Paesi per pensare di occuparsi anche di quelli degli altri e che non sono quindi ancora pronti a riconoscersi in un giornale comune.

Bisogna comunque essere pronti a cogliere i segni del cambiamento e a raccogliere le sfide che ci vengono lanciate. Una di queste sarà "Euronews" la nuova televisione europea che comincerà le trasmissioni nel gennaio del prossimo anno. Riuscirà la televisione a fare in Europa quello che i giornali non hanno fatto? Può darsi. Se "Euronews" sarà davvero una specie di CNN europea, che trasmetterà notiziari 24 ore su 24, la maggior parte dei giornali dovranno rivedere alcune delle loro filosofie e attrezzarsi per fornire un prodotto che sia ancora interessante pur essendo "vecchio" rispetto alla freschezza della televisione. Anche per questo riteniamo che i giornali europei debbano unire le forze e guardare senza pregiudizi a quello che avviene oltre i confini del loro paese. Una campagna pubblicitaria a favore della lettura condotta tempo fa in Francia aveva come slogan: "La parola scritta avrà sempre l'ultima parola". Speriamo che sia davvero così.