

La scoperta di una campagna stampa pagata contro i «camalli»

Sino alle 7 di mercoledì giornali senza agenzie

# L'affare porto di Genova

# Ansa: ancora black out Dopo la serrata è scontro tra l'azienda e i redattori



Falliti nella giornata di ieri ulteriori tentativi di mediazione - Manovre attorno agli assetti dirigenziali del più importante canale informativo del paese?

## Breve rassegna dei giornali italiani Chi ne ha parlato, chi no, e come

ROMA — Quattro giorni, dieci giornali, una notizia scomoda, ecco un bel test, di quelli che a un mese come Umberto Eco ogni tanto piace proporre, per gioco, ai suoi allievi (e ai suoi lettori). La notizia — riservatissima quando si scopre — è quella della campagna di «informazione» commissionata a una agenzia internazionale («Hill and Knowlton») per fare un po' di propaganda contro i portuali di Genova e dei modi in cui quel lavoro è stato svolto presso la stampa.

Esaminiamo il comportamento di dieci quotidiani negli ultimi quattro giorni, dopo la polemica sui rapporti tra informazione e pubbliche relazioni



### Iniziativa del gruppo di Fiesole

ROMA — I giornalisti del «Gruppo di Fiesole» — promotori della recente convegno di Roma sull'«informazione inquinata» da iniziative promozionali occulte — sono pienamente solidali con l'azione annunciata dal presidente del Consiglio nazionale dell'Ordine dei giornalisti, Giuseppe Morello, perché siano superati i soliti accertamenti nella vicenda della campagna di stampa sul porto di Genova, e per ogni eventuale necessario adempimento di competenza. È tuttavia grave — rileva una nota dello stesso «gruppo di Fiesole» — che i giornali che pure sono intervenuti nella polemica, non abbiano riferito affatto dell'iniziativa dell'ordine nazionale dei giornalisti. È un atto segno inquietante delle inammissibili commissioni tra giornalismo e attività promozionali, che il convegno di Roma ha denunciato con indicazioni precise e puntuali, ancora più inquietanti appaiono i tentativi di giustificazione che rispondono più o meno alla logica del peso prevalente del denaro negli organismi professionali del mondo pubblicitario, perché siano tralasciate precise regole di comportamento che indicino con chiarezza al pubblico i confini tra informazione e pubblicità più o meno mascherata, e pongano al riparo di diffidenze e sospetti i giornalisti che fanno con onestà il proprio lavoro.

### Si terrà seminario di studio

ROMA — La società di pubbliche relazioni hanno deciso di organizzare un seminario invitando «tutti i rappresentanti della stampa e degli altri mezzi di comunicazione», a discutere dei problemi posti dal caso di Genova sul rapporto tra trasparenza dell'informazione e, appunto, relazioni pubbliche. L'iniziativa — tempestiva ed utile — è stata annunciata, insieme con una presa di posizione sulla vicenda del porto di Genova, dalla Ferpi (la Federazione relazioni pubbliche italiane, che è l'associazione professionale di categoria da Assoret a Atissom (le associazioni che riuniscono agenzie e studi professionali) e dall'Ipr, istituto di studi e ricerche sulla comunicazione. In una nota, firmata dalla Scr per conto di queste quattro associazioni, si contestano gli «attacchi immotivati» alle pubbliche relazioni e al loro ruolo, si lamentano «pregiudizi e ignoranza dei fatti». In alcune delle cronache pubblicate sul caso di Genova, si rivendica l'uso di «arbitrari modi dettagliati per fatturare le consulenze prestate proprio al fine di garantire la maggiore trasparenza possibile», si afferma che «sono stati attribuiti ad un'attività professionale riconosciuta e verificabile poteri di condizionamento misteriosi e occultati». Mentre — scrive in un'altra nota Attilio Consonni, della Ferpi — c'è un codice di autoregolamentazione professionale che impone agli iscritti di operare nella trasparenza, nella correttezza e nell'assoluto rispetto della verità e ci sono in Parlamento proposte di legge per il riconoscimento giuridico della professione.

mento di allarme in più per una informazione che si voglia davvero indipendente». Il Messaggero riporta a pagina 21 una criptica notizia a una colonna in cui dice che il presidente dell'Ordine dei giornalisti ligure chiede all'Unità di «fare il nome», esibire «le prove». Il Resto del Carlino riferisce la notizia della denuncia dell'Unità, dice anche che il presidente dell'Ordine nazionale dei giornalisti, Morello, ha promesso accertamenti, ma non nomina la Repubblica che ha rivelato le stesse cose dell'Unità.

Il Giorno opera subito e seccamente il rovesciamento che poi anche altri faranno non ci si occupa dello scandalo rivelato, ma di chi e perché è scaturito. Ha denunciato l'Unità e la Repubblica. A una scuola di giornalismo americana questo errore comporterebbe una bocciatura all'esame.

I lettori che sanno poco o nulla di che cosa si parli, restano in attesa di un'informazione. Toccherà in buona parte anche ai lettori del Giorno che dedica al fatto un corsivo di trenta righe in prima pagina. «Fuori i nomi o è solo quiete».

La Repubblica declina nettamente tutta la vicenda, di cui pare dimenticarsi di essere stata promotrice insieme all'Unità in onorevole silenzio. Il Corriere della Sera, che per il momento non si è ancora pronunciato, è in attesa di una decisione che per il momento non si è ancora pronunciato. Non ci si chiede perché mai i «pubblici» prendessero una distanza se tutti gli interventi fossero così via e limpida e manageriale come tanti (non Del Giudice come abbiamo visto) vanno sostenendo e come sosterrà presto anche la Repubblica di sabato. L'Unità pubblica un articolo di Fabio Mussi «Il camallo e il giornalista» in apertura di giornale e una intervista a Toni Muzi Falcone presidente della associazione dei pubblicitari, in cui si afferma fra l'altro che «il 50% delle informazioni sui quotidiani, sono pilotate».

SABATO 14 FEBBRAIO — L'Unità tiene forte la vicenda con una corrispondenza del direttore Chiaromonte, inviato a Genova un articolo di Renzo Foza dal titolo eloquente «Ciò che vi dissero, ciò che non vi dicono», la testimonianza del giornalista televisivo Alberto La Volpe, e un'intervista a Gianni Faustini, segretario dell'Ordine dei giornalisti. La Repubblica pubblica un commento «Le società di pubbliche relazioni sistematiche: un'industria spesso isterica dei giudizi» e un articolo di certa analisi, dipendono non già da un completo, bensì da un vizio di una cattiva abitudine. È il fatto che una delle parti in causa abbia stanziato centinaia di milioni per diffondere il proprio punto di vista nei media, è un elemento di allarme in più per una informazione che si voglia davvero indipendente.

ROMA — Che gran pasticcio questo dell'Ansa. Ora cercheremo di riassumerlo, avvertendo che le novità si susseguono ormai di ora in ora e senza sosta giorno e notte. Cominciamo dall'inizio, da quando la più importante agenzia di stampa del nostro paese mette a punto un complesso piano di ristrutturazione tecnologica. I poligrafici aprono una vertenza e danno il via a scioperi senza preavviso. Il direttore generale dell'Ansa, Sergio Lepri, dichiara «in queste condizioni non posso adempiere all'obbligo statutario di garantire completezza e imparzialità del servizio». Il titolo di «fare il direttore responsabile». Subito dopo il direttore generale dell'Ansa, De Palma, annuncia la serrata: tutti in libertà — come si dice in questi casi —, poligrafici e giornalisti. A questo punto si muovono i sindacati nazionali dei poligrafici, la Federazione nazionale degli editori, i giornalisti tengono lunghissime assemblee nelle quali si discute — tra l'altro — intorno a questi due interrogativi: perché la serrata? e perché tenere a casa anche i giornalisti? Ci sono 48 ore fatte di assemblee, comunicati, polemiche di fuoco. Infine la situazione sembra sbloccarsi. Almeno sul fronte dei poligrafici. Infatti, azienda e sindacati decidono di riaprire la trattativa e si danno appuntamento per mercoledì prossimo. Ma c'è un nodo irrisolto: la messa in libertà dei giornalisti. Il comitato di redazione, assistito dal direttore generale dell'Ansa, De Palma, e dal direttore del sindacato dei giornalisti, avvia una lunga trattativa con la direzione generale dell'azienda. Ne viene fuori una lunga e molto complessa lettera del direttore De Palma, nella quale figura una notevole novità: si riconosce al direttore giornalistico l'insindacabile facoltà di considerare in servizio — anche in presenza di una sospensione dell'attività produttiva — parte o tutta la redazione. È un principio inedito esso legittimo di fatto la serrata, pur svuotandola di effetti pratici, avendo dichiarato il direttore Lepri che a suo giudizio l'intera redazione è da considerarsi in servizio. Tuttavia, questo inopinato riconoscimento di potere concesso alla figura del direttore vulnera diritti dei giornalisti, perché farebbe dipendere dalla discrezionalità del direttore di discernere chi deve

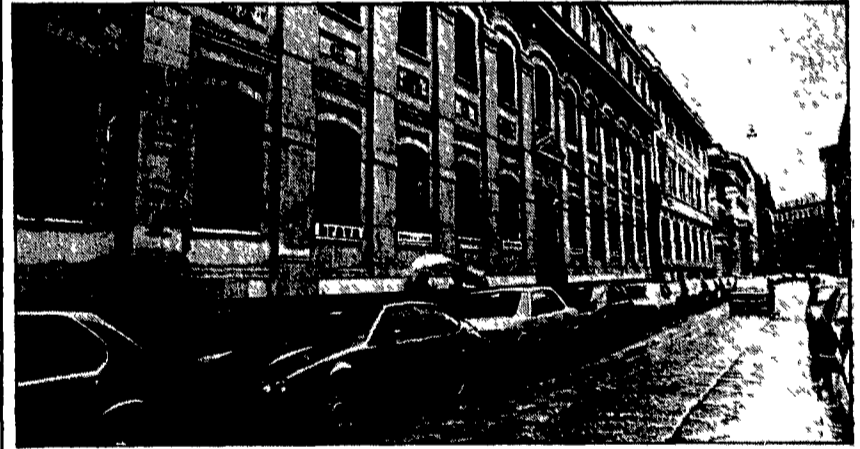
stare a casa e chi no, forse toglie qualche prerogativa persino agli editori, infine, la presenza di dirigenti nazionali del sindacato a una trattativa che genera quel documento può significare che questo stravolgimento dei poteri del direttore, per analogia, si estende dall'Ansa a tutte le altre imprese editoriali.

I giornalisti — l'altra sera — stavano discutendo di questo incredibile pasticcio, quando De Palma ritira il documento «è un voltafaccia», reagisce l'assemblea di redazione e proclama ben 98 ore di sciopero. Non si sono conferme ufficiali ma pare che sia stata proprio la Federazione degli editori ad esigere da De Palma il ritiro di quella inaudita dichiarazione. Ma, a sciopero dei giornalisti proclamato e avviato, De Palma rende noto un altro comunicato, per ribadire (ricorsando al solito trucco) soltanto alla contingenza attuale e senza farne principio valido per sempre) ciò che aveva già detto e poi ritirato sulla base delle valutazioni fatte dalla direzione giornalistica. Il provvedimento di messa in libertà dei giornalisti era da considerarsi non operante. Ricomincia un'altra tornata di riunioni e incontri, si susseguono altri documenti dei quali si proclama soltanto che i protagonisti della vicenda si sono ormai incartati e che quella storia dei nuovi poteri del direttore è una enormità bella e buona. Alla fine ognuno — fiamme — le proprie ragioni e lo sciopero prosegue le prime 48 ore si esauriranno domenica e altre 48 sono state proclamate dal Cdr fino alle 7 di mercoledì. A questo punto nessuno può azzardare l'epilogo d'una così lunga serie di decisioni, inadempienze, inadempienze, inadeguatezze a fronteggiare la situazione. Si ha anche la sensazione che sullo sfondo vi siano altre tensioni e manovre riguardanti l'assetto dirigenziale dell'agenzia, per la cui direzione già corrono voci di diverse candidature. Forse se ne saprà di più qualche giorno quando il consiglio di amministrazione.

C'è un piccolo particolare tutt'altro che accademico che inequivocabilmente svolge un servizio di pubblico interesse, che dovrebbe essere tenuto al riparo da atti e situazioni in grado di minarne il prestigio e l'efficacia. Antonio Zollo

Il cambio dei direttori al Messaggero e al Corriere della Sera

## Il «monòpoli» della stampa si gioca con regole nuove



MILANO — La sede del Corriere della Sera a via Solferino

La stampa italiana è sconvolta da un altro di quei cicloni che periodicamente l'attraversano e che sono destinati a segnare intere fasi del suo sviluppo. Nel breve volgere di poche settimane sono cambiati il direttore del Messaggero e del Corriere della Sera, sono in via di ridefinizione svariati assetti societari — è il caso, tra gli altri, dei gruppi Espresso e Mondadori —, si è riaccesa nella parte finale della discussione sulla riforma dell'editoria la polemica sulle concentrazioni editoriali. Tutto questo avviene mentre è in corso una decisiva partita tecnologica da cui dipenderà il futuro della stampa italiana e mentre l'area della lettura dei giornali quotidiani ha varcato le anguste soglie del passato.

Torniamo alla questione del ricambio delle direzioni. Sarebbe fin troppo ovvio scorgere nelle modalità repentine in cui sono avvenuti quei mutamenti il segnale dell'impetuosa crisi della crisi italiana e l'accelerazione della grande contesa attorno agli equilibri politici dell'informazione. Con caratteristiche diverse e appartenendo a strutture editoriali altrettanto differenti, Piero Ostellino e Vittorio Emiliani hanno rappresentato una certa area politica, quella socialista, il cui rapporto con i mezzi di comunicazione è da tempo e molemente ruvido e deciso, esplicito, quindi, a reazioni di eguale durezza. Si potrebbe ricavare la conclusione che sia già chiaro il partito perdente e che, se mai, siano da attendere ritorsioni sull'area democristiana con i dovuti riaperture del caso annoso del «Mattino» di Napoli della «Gazzetta del Mezzogiorno» di Bari scandalosi episodi — con il «Giorno» dell'Eni — di quotidiani appartenenti all'area pubblica dati in affidamento ad una parte politica.

Un'interpretazione tutta politica pare, però insufficiente e per taluni versi persino fuorviante. Le ragioni di fondo quelle più vere e tenaci, delle piccole rivoluzioni in corso vanno trovate nel mutato ruolo che oggi hanno assunto i gruppi editoriali. Divenuti essi stessi settori economici sempre più a muoversi secondo una logica di impresa e in base a convenienze e compatibilità ben lontane

la nuova proprietà ad accelerare i tempi. Si è potuto leggere nella polemica aperta dal sottosegretario Amato sulle norme antitrust dell'appena varata riforma bis dell'editoria il sintomo della querelle tra la Fiat e palazzo Chigi. Certamente anche di questo si è trattato e ciò conferma il dubbio legittimo sui reali intenti di quell'iniziativa, successivamente, tra l'altro, alla sentenza emessa dal Tribunale di Milano contro l'azione promossa dai deputati comunisti e indipendenti proprio sulla concentrazione «Fiat-Gemina».

Un'interpretazione tutta politica pare, però insufficiente e per taluni versi persino fuorviante. Le ragioni di fondo quelle più vere e tenaci, delle piccole rivoluzioni in corso vanno trovate nel mutato ruolo che oggi hanno assunto i gruppi editoriali. Divenuti essi stessi settori economici sempre più a muoversi secondo una logica di impresa e in base a convenienze e compatibilità ben lontane

Il peso del colosso Fiat, la «querelle» con palazzo Chigi, l'esigenza di opporsi ai «trust»

Il peso del colosso Fiat, la «querelle» con palazzo Chigi, l'esigenza di opporsi ai «trust»

Ugo Baduel

Vincenzo Vita