

L'informazione  
che cambia

# SPETTACOLI

E durante  
la notte  
tante notizie  
in replica

ROMA. I notiziari vanno in diretta dalle 7 del mattino fino all'una di notte. Ma la programmazione dell'informazione continua anche per chi fa le ore piccole, sia pure

in replica. Nella tv non-stop, infatti, le diverse reti ripropongono gli ultimi notiziari o si collegano con i circuiti internazionali. Alle 2,05 va in onda Tg2 *Pegaso*, alle 2,45 e alle 4,30 Tg1 *Linea notte*, alle 3,50 e alle 5,50 Tg3 *Nuovo giorno*, alle 6,30 la rassegna stampa di *Studio aperto*. Su Telemontecarlo la notte è tutta dedicata all'informazione: alle 2,05, infatti, la linea passa in diretta alla Cnn fino al mattino.

## Scende in pista la Fininvest. Ora è scontro a tutto campo con la Rai

# Un tg lungo un giorno

SILVIA GARAMBOIS

ROMA. Oggi è il giorno più lungo. La cravatta da abbinare al gilè sarà scelta con più attenzione, il trucco sarà più curato, i sorrisi più accattivanti: i giornalisti chiamati a condurre i Tg da oggi devono scendere su un ring dove si combatte senza esclusione di colpi. È scattata infatti l'ora dell'informazione 24 ore su 24, la concorrenza tra tg si è moltiplicata: oltre ai notiziari locali, dalle 7 di questa mattina sono in campo Tg1, Tg2, Tg3, Tg4, Tg5, Studio aperto, Tmc news. Il panorama dell'informazione televisiva è cambiato. È ora alla prova del pubblico.

Cosa cambia per chi, distratamente, si prepara allo zapping con il telecomando? Il Tg1 sta per cambiare look (la sua scenografia è ormai «data-ta», mentre il Tg2 ripropone fieramente, come un «biglietto da visita», la grafica (quella discussa banda nera che accorcia lo schermo) e gli studi; se il Tg3 ha recentemente rinnovato formule (come l'edizione di mezza sera condotta «in coppia» da Roma e New York) e fondali (la redazione occhieggia sullo sfondo), il Tg5 arriva in video nuovo di zecca, trasmesso dallo «Studio 3» del Centro Palatino di Roma (la redazione invece è nella cosiddetta «Palazzina Baudouin»: quella che il presentatore consegnò a Berlusconi come risarcimento per aver rotto il contratto con la Fininvest); *Studio aperto* su Italia 1, infine, cambia orari e punta sui volti nuovi dei conduttori (quelli di Daniela Bassetto, Vera Baldini, Andrea Cabrini e Franco Tagliaferrì), mentre al Tg4 ci sono ancora i «lavori in corso» (la piccola redazione non ha ancora un suo direttore, e, ad interim, è guidata da Emilio Fedele) e a Tmc news non si annunciano novità.

Per chi è meno distratto, invece, la cosa più sorprendente

sarà la sovrapposizione tra Tg: informazione 24 ore su 24, è vero, ma meglio se in onda insieme a quella degli altri. E ci sono dei «punti» (il pranzo e la cena), particolarmente «caldi». Alla presentazione di Tg5 non ne è stato fatto mistero: è stato lo stesso Gianni Letta a sostenere che l'ora canonica per un telegiornale, a cui il pubblico è abituato, è quella delle ore 20. Quando va in onda Tg1 (la stessa scelta anche da Tmc news). Quando, invece, i titoli di testa del Tg2 (in onda dalle 19,45) e i servizi più importanti sono già stati trasmessi.

Concorrenza diretta e «cordate»: il Tg della Rai lottizzato al Psi e i Tg di casa Berlusconi, che deve a Craxi la salvezza delle sue tv (fin dai tempi del cosiddetto «decreto Berlusconi»), secondo molti «non si pestano i piedi». Se è vero che l'edizione delle 13 del Tg2 sarà ora in competizione diretta, oltre che con Tmc news, anche con Tg5, è altrettanto vero che la fascia meridionale di Canale 5, con *Non è la Rai* di Boncompagni, è piuttosto debole. La sera, poi, il Tg2 arriva in onda alle 23,15 e il Tg5 alle 24 (nuovamente contro il Tg1, mentre l'edizione della notte del Tg2 parte cinque minuti prima...).

Anche *Studio aperto* cambia «concorrenza»: è punta le sue carte contro il Tg3. Alle 14 (nuovo appuntamento) sarà faccia a faccia con il Telegiornale regionale mentre alle 19 sarà contrapposto all'edizione maggiore del Tg diretto da Alessandro Curzi. E, in attesa di festeggiare (giovedì) il suo primo compleanno, Fedele gioca oggi il tutto per tutto anche contro l'esordio di Enrico Mentana con il suo Tg5. Alle 19 renderà infatti noto l'esito di un referendum fra ascoltatori: «Volete ancora Cossiga come presidente?». Chissà che non ci scappi una telefonata in diretta del Presidente...

Il quadro completo dei Tg di Fininvest, Rai e Tmc. In basso, i direttori di Tg1, Tg2 e Tg3 Vespa, La Volpe e Curzi



## Ma un po' di news non fanno primavera

ANTONIO ZOLLO

Da oggi nelle nostre case si riverserà una quantità di informazione al limite dell'overdose. Si dice che il semplice fatto di avere una voce in più sia comunque un guadagno per il pluralismo e la democrazia. C'è del vero anche in questo. Ma porsi la domanda: con il Tg5, l'informazione sarà davvero più «ricca»? è un modo di procedere semplicistico.

Gli ultimi avvenimenti che hanno modificato strutturalmente il sistema della comunicazione — la legge Mammì e la spartizione tra Berlusconi e De Benedetti del gruppo Mondadori-Caracciolo-Repubblica — hanno accelerato fenomeni di crisi e involuzione ed enfatizzato le interdipendenze negative tra editoria e stampa e tv. Nel campo dei giornali, una nuova fase di crisi rischia da una parte di impoverire ancora di più la presenza di coloro che danno voce all'opposizione, intesa nel suo significato più ampio; dall'altra, di favorire una ristrutturazione mirata a ridurre drasticamente l'autonomia delle redazioni per imporre prodotti uniformi e pervasi dalla pubblicità occulta. Nel settore tv il duopolio Rai-Fininvest è esso stesso la negazione del pluralismo. Non a caso, per legalizzarlo i partiti di governo hanno atteso di poterlo ben ingabbiare. Lo stato di soggezione della Rai è evidente. Di diverso, rispetto ad analoghe fasi precedenti di «militarizzazione partitica» dell'informazione, c'è da registrare che il peggio oggi viene — forse — non dai tg ma dalle reti: se è

vero che Raiuno giunge a riversare persino la vita di un santo in chiave elettorale e Raidue quella dell'unificazione d'Italia. La Fininvest di Silvio Berlusconi conserva un antico cuore craxiano ma ha imparato a fare i conti con la Dc: sta tutto scritto nella vicenda Mondadori, nella mediazione gestita da Ciarra, uomo di Giulio Andreotti, sino allo «stile Rai» con il quale si è proceduto alla costituzione dei corpi redazionali.

Questo è lo stato delle cose ed è evidente che un reale equilibrio del sistema informativo — nel quale covano virus di regime — non può essere affidato a un nuovo tg, ma esige radicali cambiamenti di leggi, strutture, comportamenti, gruppi dirigenti, strategie politiche. Tuttavia, detto questo è lecito chiedersi come, nel suo piccolo, un nuovo tg possa in proporzione modificare la situazione: da oggi — e, per di più, nel vivo ormai di una campagna elettorale di asprezza senza precedenti — l'informazione televisiva ne guadagnerà in pluralismo, completezza, comprensibilità, avvicinamento reale e non finto alla gente? La circolazione del liquido democratico che scorre nell'organismo di questo paese non trarrà giovamento o no? In questi giorni abbiamo registrato senza pregiudizio promesse, impegni, assicurazioni, oggi ospitiamo le opinioni dei tre direttori dei tg Rai. Il quadro che abbiamo davanti a noi e gli atti compiuti sino ad ora non spingono a travolgente ottimismo. Staremo a vedere.

## E la tv pubblica? Da via Teulada i direttori fanno sapere...

L'obiettivo vero è il Tg1  
Cambieremo qualcosa  
ma non ci spazzeranno via

BRUNO VESPA

Oggi è una giornata di festa. Non sembra paradossale che lo dica chi è esposto al pericolo maggiore, visto che l'obiettivo imprenditoriale e, perché no?, politico di Tg5 è di ridimensionare gli ascolti e l'influenza del Tg1.

È una giornata di festa perché ogni nuovo telegiornale, allargando gli spazi informativi a disposizione del pubblico, rafforza la base democratica di un Paese. Per anni ho sostenuto che Berlusconi dovesse fare un vero tg. Le ragioni sono tre. La prima è quella che ho appena detto. La seconda è che da tempo la spinta propulsiva della riforma del '75 s'era esaurita e c'era bisogno di nuova concorrenza per svegliarsi sul serio. La terza è che finalmente la Rai, dopo anni in cui ha dovuto concentrare i suoi sforzi nel sostegno delle reti per vincere la battaglia sull'intrattenimento, dovrà investire nell'informazione televisiva. Qualcosa si vede, assai più dovrà farsi, se pure con i vincoli di un bilancio assai rigido.

Ho detto che l'obiettivo di Berlusconi è l'indebolimento del Tg1. Apparentemente, il suo palinsesto informativo distribuisce la concorrenza alle tre reti Rai. In realtà, considerando la debolezza della programmazione di Canale 5 alle 13, la battaglia al Tg2 è solo apparente, mentre quella reale è contro il Tg1 delle 20. A quell'ora, il Tg5 sarà il cuore di un eccellente «panino» di traino, preceduto immediatamente da Mike Bongiorno e seguito immediatamente da *Striscia la notizia*. Il traino

di un telegiornale è di eccezionale importanza. Ne sa qualcosa il Tg1 che spesso è riuscito a raggiungere picchi d'ascolto lusinghieri nelle sue varie edizioni, nonostante fosse circondato da programmi deboli. Il vanto della Rai è stato sempre quello di non interrompere i programmi con la pubblicità. In futuro credo che un piccolo, marginale ripensamento dovrà esserci per evitare che prima e dopo il Tg1 (che determina una parte decisiva del fatturato pubblicitario dell'azienda) ci siano interminabili pacchetti di spot che per l'ascolto sono un formidabile regalo alla concorrenza.

Come ci prepariamo all'assalto del Tg5? Per ora non abbiamo preso contromisure. Cercheremo di stare più attenti e faremo un giornale sempre più veloce. Nella linea avviata da un anno e mezzo. Lo stesso rafforzamento del presale è frutto di una nostra vecchia battaglia per attenuare la storica debolezza di Raiuno nel tardo pomeriggio. Battaglia iniziata assai prima che Canale 5 decidesse di fare un vero telegiornale. Nelle prossime settimane porteremo a compimento un altro vecchio progetto: cambieranno sigle e scenografie, ci sarà qualche nuovo conduttore, le diverse edizioni saranno calibrate meglio. Nelle ultime settimane il Tg1 ha avuto ascolti eccellenti. A parte la doverosa curiosità per una nuova iniziativa concorrente, credo che la fiducia conquistata dalla nostra redazione in tanti anni di lavoro corretto sia difficile da spazzare via.



ALBERTO LA VOLPE

## Nascono da una nostra costola...

Quella che ci troviamo di fronte è senz'altro una svolta importante: finisce il monopolio nell'informazione televisiva. La novità in qualche modo viene attutita dal momento che si era già creata, all'interno della Rai, una concorrenza di fatto tra i tre tg. Siamo pertanto già allenati. Ogni testata della Rai, infatti, ha una sua funzione e cerca continuamente di migliorarla e raggiungere obiettivi e traguardi nuovi.

Certo, adesso in tv dovremo competere anche con i nuovi tg della Fininvest: ma è una cosa che avevamo sempre auspicato perché il monopolio — in quanto tale — non funziona da nessuna parte. Lo ho detto spesso, sono a favore di una

concorrenza, per così dire, «fisilogica». Altri negozi si aprono, la gente sceglierà quella merce che è la migliore. Quello che invece è ancora da vedere, da capire, è se ad una maggiore offerta corrisponderà anche una maggiore domanda di informazione, perché mi pare che in Italia si stia andando ad una super-offerta. Intendiamoci: meglio questo che una situazione stagnante in un settore così delicato. La scommessa adesso è senz'altro sulla qualità. Sia Emilio Fedele che Enrico Mentana provengono dalla tv pubblica, perché questa è stata fin ora l'unica esperienza. Ora forse sorgeranno altre «scuole». Vedremo, al di là della pubblicità, se il prodotto nuovo sarà an-

che diverso. O no.

Il nuovo Tg5 nasce da una costola del Tg2 (è diretto da Enrico Mentana coadiuvato da Clemente Mimun), ma noi abbiamo subito ricomposto la nostra struttura, che ora ha la stessa funzionalità di prima. Non siamo presi da nevrosi di cambiamento in vista dell'appuntamento con il nuovo panorama dell'informazione. Noi abbiamo cambiato grafica e scenografia quando sono diventato direttore: ora l'impianto resta quello, una ditta si identifica anche in questo. È un patrimonio aziendale che non va soltanto difeso ma esaltato, il nostro biglietto da visita. Ed in tv è fondamentale la riconoscibilità. Certamente che non deve solo essere grafica ma di qualità.

Vinceremo questa sfida  
se la nostra azienda  
investirà sull'informazione

ALESSANDRO CURZI

L'Italia del XX secolo si spegne. Ma l'Italia del 2000 è ancora lontana. Sono cadute certezze, punti di riferimento che ci aiutavano a schematizzare, talvolta a semplificare, nell'illusione, un po' manichea, che fosse sufficiente stare da una parte o dall'altra per «capiere» e per decidere i nostri atteggiamenti. Siamo di fronte ad un «buco nero» in attesa che sia riempito di idee, valori, interpretazioni che non possono più essere quelle di «prima». Ci manca però fino a quella conflittualità che comunque ci aveva abituato a riflettere, a provocare e ad essere provocati, e che ci aveva spesso sollecitato ad esaltare il nostro ruolo di mediatori tra potere e cittadini.

Se l'intera programmazione tv denuncia una sconcertante mancanza di idee e di coraggio, l'informazione, non solo tv, riflette quella sensazione di incertezza, disorientamento e impalpabile paura dell'ignoto che caratterizza la nostra società. La nostra responsabilità aumenta. Ben venga ad aiutarci a riflettere ed a confrontarci con nuove sfide la novità di una informazione privata, gestita con criteri commerciali. Abbiamo già fatto volentieri, e sinceramente li rinnoviamo, gli auguri al nuovo Tg5, che esordisce oggi, e a quello di Italia 1, che si consolida dopo qualche mese di interessante e stimolante presenza.

Soddisfare la richiesta di una società che chiede sempre di più di essere informata, in maniera credibile e corretta, su tutto ciò che riguarda anche la vita quotidiana dei singoli, ma nella consapevolezza di fare parte di un «villaggio» mondiale, sempre più «globale» ed

interdipendente, non è facile. Dobbiamo guardare «oltre», studiare ed aggiornarci, essere moderni e capaci di sfruttare tutto ciò che la tecnologia mette a nostra disposizione, spesso nella nostra colpevole pigrizia indifferenza. Il Tg3 ci prova. Produrre un'informazione essenziale, ma possibilmente completa; mediata, ma possibilmente obiettiva; agile e moderna, ma non fredda ed indifferente, non vuole dire soddisfare slogan retorici e scontati, ma vuol dire «essere sul mercato», significa offrire quel prodotto che gli utenti tenderanno sempre di più. Non bastano professionalità e buona volontà. Non bastano fiducia ed autonomia. Occorrono mezzi moderni ed una gestione efficiente e razionale dell'Azienda, nella quale noi del Tg3 continuiamo a credere come patrimonio essenziale di un Paese che vuole crescere nella democrazia.

Pensiamo ad un'informazione a tutto campo, che accompagni i cittadini nell'intero arco della giornata, che superi rigidità e schemi preconfezionati e superati, che dia spazio a tutte le voci mettendole, però, su una «accanto» all'altra, ma una «confronto» con l'altra. Su questo dobbiamo incalzare la Rai, costringerla alla priorità delle scelte e degli investimenti, aiutarla a liberarsi dai condizionamenti esterni e dai corporativismi interni. O ci si riuscirà o si perderà. È il momento delle scelte, di una riforma che deve partire oggi, all'interno dell'Azienda, senza attendere, sempre più debole e passiva, scelte politiche che chissà quando arriveranno.