



Enrico Mentana, a destra Sandro Curzi e in basso Bruno Vespa. A centro pagina una venditrice di giornali a Napoli nel '52

SPETTACOLI

I Tg scoprono le «edicole» e si fanno concorrenza con i titoli dei quotidiani. Ma esplose la polemica. Gli editori accusano: «Si vendono meno giornali». E dai notiziari ribattono: «No, è tutta pubblicità»



Zapping in prima pagina

È esplosa la polemica: con le edicole dei Tg, che propongono la rassegna stampa «del giorno dopo», i lettori perdono curiosità, interesse per le notizie. E i giornali vendono meno. Ma i responsabili delle rubriche smentiscono: «Semmai, facciamo pubblicità». Certo è che è nato, in Italia, un nuovo

genere di informazione televisiva, partito dal Tg3 e subito imitato da *Studio aperto*, *Pegaso*, *Tmc*. Tg5 e adesso anche dalla rinnovata edizione della notte del Tg1. La concorrenza tra le tv si gioca ormai anche con i «titoli degli altri», con i collegamenti in diretta con le redazioni dei maggiori quotidiani.

SILVIA GARAMBOIS

ROMA. A Roma, chi fa le ore piccole (vittelloni, giornalisti, artisti, abitanti della notte), passa dall'edicola di via Veneto a comprare l'edizione fresca di stampa del «giornale del giorno dopo», a Milano, l'appuntamento per i nottambuli è in piazza del Duomo, sotto i portici: un rito, a volte un capriccio, come il cornetto caldo comprato all'alba dal fornaio. A quelle edicole ci si ferma, ci si incontra, si commenta, si scambia qualche chiacchiera...

«L'edicola della notte» da qualche anno, però, non è più privilegio di pochi; va in onda in tv. Un milione e mezzo di telespettatori (quasi il 50 per cento del pubblico della tv a quell'ora, dato di martedì scorso) aspetta di vedere i titoli dei giornali da comparire il mattino seguente, i commenti delle prime pagine, le notizie dei «locali». E questo è diventato il nuovo terreno di scontro dei Tg: primo è stato il Tg3, nell'87, che ora ha da poco rinnovato la formula, proponendo anche gli spezzoni dei Tg degli altri (10% d'ascolto); poi è arrivato Emilio Fede con *Studio aperto* (7%), Enrico Mentana il 13 febbraio si è presentato al pubblico con il suo nuovo Tg5, e a mezzanotte ha subito messo i giornali in vetrina (oltre il 24% del pubblico, ereditato in gran parte dal salotto di Maurizio Costanzo); Bruno Vespa, rinfrescando da lunedì scorso - l'edizione della notte del Tg1, ha deciso

di chiuderlo con la rassegna dei quotidiani (un altro 10% d'ascolto). Ed è scoppiata la polemica.

In un convegno a Firenze dedicato ai «Mondi sociali dei media», lo scorso 9 aprile, le «edicole» dei Tg sono state messe sotto accusa: rubano lettori ai quotidiani, è stato detto. Togliano curiosità agli ascoltatori, fanno leggere meno giornali, suscitano preoccupazioni e proteste da parte degli editori. Anche Jader Jacobelli, moderatore del dibattito, è sceso in campo riportando il «grido d'allarme»: la crisi dell'editoria nasce da una serie concatenata di cause, dalla disaffezione dei lettori ai problemi di diffusione, allo squilibrio della pubblicità tra carta stampata e tv; e se anche la rassegna stampa proposta in televisione, concorre a far perdere anche un solo lettore in più ai giornali? Le edicole televisive possono essere solo un motivo contingente della crisi dei quotidiani - ha detto in quella sede Giovanni Bechelloni, dell'Università di Firenze - «Il problema vero è che non parliamo alla gente». E i responsabili dei Tg, cosa ne pensano? Si ribellano, anzi, rilanciano: la televisione è un formidabile veicolo pubblicitario, per tutto e per tutti, quindi anche per la carta stampata. Tutti d'accordo, o quasi.

«L'edicola televisiva non è certo responsabile del calo di vendite: i suoi telespettatori so-

no molto selezionati, un pubblico che non decide all'ultimo momento, ma gente professionale, interessata, spesso addetti ai lavori. Per gli stessi motivi - dice Roberto Morri - ne, uno dei volti della rassegna stampa di Tg3 nuovo giorno - non metterei la mano sul fuoco neppure sul fatto che l'edicola possa rappresentare un incentivo all'acquisto: ci rivolgiamo a un pubblico già formato, in ogni caso si tratta sempre di uno stimolo in più, piuttosto che di uno in meno. La tradizione della lettura dei giornali «via etere» è un'abitudine consolidata, ma è stata per lunghi anni legata alle ore del mattino e soprattutto alla radio, dove è nata quindici anni fa, quando Enzo Forcella, allora direttore di Radiotre, varò *Prima pagina*, ovvero una rassegna commentata delle testate in edicola e non più la sola lettura dei titoli, come propone del resto anche il Gr2. Il Gr1 diretto da Zavoli iniziò in quegli stessi anni a proporre una panoramica sulle notizie riportate dai diversi giornali, accompagnata dalla citazione degli editoriali e dei commenti più importanti. In televisione, invece, i giornali hanno fatto il loro ingresso cinque anni fa, sul Tg3: «Per me si trattava di un classico: arrivavo dalla radio e la rubrica che amavo di più era *Prima pagina*», spiega Alessandro Curzi, direttore del Tg3 - «Ma perché non farla la sera prima?».

Un'idea che, nei giorni della



Guerra del Golfo, è diventata patrimonio comune di tutte le tv: aveva la rassegna stampa al mattino il notiziario di Tmc news, così come il neonato *Studio aperto* di Emilio Fede mandava in onda la sera (e replicava al mattino) le prime pagine dei giornali in edicola; e anche il Tg2 incominciò a offrire una panoramica della carta stampata in *Pegaso*. Era nato un nuovo genere di informazione: i titoli degli altri. «Non potremmo fare questo mestiere se la mattina non leggessimo i giornali; così come le redazioni dei giornali si fermano alle 8 di sera per seguire i nostri Tg», Enrico Mentana sintetizza così questo nuovo rapporto tra i due principali mezzi di informazione, quello scritto e quello parlato.

«L'edicola del Tg1 è nata nell'ambito della ristrutturazione della *Linea notte* - spiega Giulio Borrelli responsabile e, insieme al vicedirettore Luca Giurato, del nuovo appuntamento - L'edizione delle 24 è uno dei nostri punti deboli, lo abbiamo rinnovato, con un quarto d'ora di notizie, rubriche di cultura e l'appuntamento con i giornali. La cosa nuova che proponiamo è il collegamento con la redazione di un quotidiano - (ogni settimana uno: per primo il *Corriere della Sera*, poi *La Repubblica*), dove il direttore commenta con noi i fatti del giorno. Era molto tempo che volevamo fare questa rubrica, ma eravamo frenati da problemi tecnici che dal timore di creare rivalità fra giornali; ora, con questa concorrenza a tutto campo tra le tv, il problema non esiste più. Conoscenza reale con la carta stampata? «Far conoscere le notizie non vuol dire «bruciarle», i titoli non esauriscono un argomento! Caso mai può essere una guida alla lettura, uno stimolo: la nostra rassegna dura poco più di 5 minuti, vengono presentate testate diverse, a

rotazione, insomma: resta inappagante per il lettore; è una toccata e fuga, uno spuntino... Del resto a quell'ora la gente non può essere martorizzata. Anche l'edicola del Tg3, che dura mezz'ora, alla fine rischia di essere faticosa». Giuseppe Lo Cascio, segretario della Sinag Cgil, il sindacato degli edicolanti, è un telespettatore delle «edicole» di mezzanotte. E non le demonizza. «Il pubblico apprende al massimo qualche sottolineatura - spiega - l'approfondimento del giornale è molto marginale. Piuttosto mettere sul piatto della bilancia la spinta promozionale, anche se l'esperienza insegna che le vendite dei giornali non sono influenzate dalla tv. Lo abbiamo visto durante la Guerra del Golfo: dopo il boom iniziale, la vendita dei quotidiani si è assodata, ha avuto il sopravvento la tv». Il mercato ha le sue leggi consolidate: «Per i giornali locali la vendita dipende dall'informazione di cronaca cittadina - continua Lo Cascio - per quelli nazionali, fatta eccezione per *La Repubblica* e il *Corriere della Sera* (che pure, a volte, in città con 100 e più rivendite di giornali, non superano le 1.500, 2.000 copie), e lasciando da parte il discorso sui giornali politici, è comunque a carattere regionale. La *Stampa* ha il 90 per cento delle vendite nel suo ambito regionale, come *La Nazione*, il *Resto del Carlino*, il *Secolo XIX*, anche il *Messaggero*. La realtà è che il mercato dei giornali è ingessato in modo preoccupante, un fenomeno non solo italiano; europeo, mondiale. Il problema vero è: quali iniziative prendere per vendere? La fascia costante dei lettori è quella della seconda e terza età. È negativo, invece, l'avvicinamento alla lettura dei giornali: sarebbe necessario portare i giornali, oltre che in tv, anche a scuola, come materia di insegnamento».

La parola a Alessandro Curzi, direttore del Tg3

«Siamo stati i primi E adesso sfogliamo le tv»

ROMA. L'edicola del Tg3 è nata 5 anni fa. La prima. Anche all'estero non c'era (e non c'è) l'abitudine di sfogliare i giornali in tv. E adesso, mentre tutti i Tg destinano una rubrica a questo appuntamento, il Tg del nuovo giorno cambia pelle (e si moltiplica): anziché la sola rassegna dei titoli e delle prime pagine, «un quadro di ragionamento dentro il quale inserire il meglio della tv e le cose più interessanti dei giornali», come spiegano in redazione: 6 o 7 minuti per i filmati - il meglio dei Tg pubblici e privati - e una decina per la carta stampata. E poi appuntamenti alle 17,45 e alle 22,30.

Chiediamo a Alessandro Curzi, direttore del Tg3, perché questa scelta.

Sentivamo la vecchiezza della nostra formula. Ormai ci avevano copiato in parecchi: Italia 1 manda in onda una rassegna stampa la sera e anche il matti-

no; *Pegaso* del Tg2 fa anticipazioni sui giornali... Poi sono partiti il Tg5 e il Tg1... Così abbiamo deciso di superare la separazione tra informazione scritta e televisiva.

Quali tg proponete nel vostro osservatorio?

Per ora Tmc, *Studio aperto* e il Tg5, oltre al Tg1 e al Tg2. Ma tra poco spero che avremo anche i Tg delle televisioni più piccole, delle locali.

Cosa ne pensa della polemica contro le «edicole»?

È un po' assurda. Gli editori protestano se non vengono inseriti... Italia 1 fa una cerchia molto dura delle testate da presentare; il Tg1 mi pare una via di mezzo... Noi cerchiamo di dare un quadro completo dei giornali nazionali e locali, quando sono interessanti. Credo che soprattutto per i giornali piccoli e medi la nostra vetrina sia un'occasione.

Voi avete moltiplicato le rassegne stampa nel corso della giornata...

Sì, spesso anticipiamo già i titoli delle prime pagine dei maggiori giornali nel Tg delle 22,30. E tutti i pomeriggi alle 17,45 c'è l'edicola dei giornali stranieri, presentati da ospiti, ambasciatori, personalità estere.

Cosa ne pensa di questa concorrenza sulle edicole?

È sempre una cosa stimolante, anche se il Tg1 arriva con cinque anni di ritardo. A me non diverte la loro scelta di «stabilizzare» per una intera settimana un giornale, con i collegamenti in redazione: il bello dell'edicola è proprio la possibilità di scoprire tutte le sere un nuovo protagonista nell'informazione. È un'idea che stiamo cercando di realizzare: ogni sera un collegamento con redazioni diverse di giornali... □ S.Gar.

Vendite quotidiani

Anno	Vendite	%
1977	4.780	
1978	5.160	+ 7,9%
1979	5.211	+ 1,0%
1980	5.342	+ 2,5%
1981	5.369	+ 0,5%
1982	5.410	+ 0,8%
1983	5.580	+ 3,1%
1984	5.861	+ 5,0%
1985	6.068	+ 3,5%
1986	6.366	+ 4,9%
1987	6.618	+ 3,9%
1988	6.720	+ 1,5%
1989	6.766	+ 0,7%
1990	6.808	+ 0,6%

Vendite giornaliere espresse in migliaia di copie

All'inizio degli anni Ottanta la vendita dei quotidiani era ancora inchiodata sui 5 milioni di copie al giorno. Dopo il boom a metà degli anni Ottanta, però, la crescita si è esaurita (1990) sino a trasformarsi in un preoccupante calo di diffusione, nel 1991 e nei primi mesi di quest'anno. La Guerra del Golfo (gennaio '91) ha rappresentato il crinale per la diffusione: infatti dopo un «boom» nei primi giorni del conflitto, i quotidiani hanno iniziato una lenta ma continua contrazione. Si discute sulle cause: lo scarso rapporto con i lettori, la difficoltà delle risorse. Sotto accusa la distribuzione pubblicitaria, sbilanciata a favore del mercato televisivo. Molti quotidiani e gruppi editoriali sono in crisi, ma anche le testate maggiori devono fare i conti con la stasi delle vendite: i «bollettini» degli editori continuano a registrare segni meno.

Enrico Mentana direttore del Tg5

«Ci sfruttano per copiarci»

ROMA. «Se fosse vero che le edicole dei Tg «rubano lettori», i direttori dei giornali avrebbero smesso da tempo di mandarci i fax delle prime pagine. Invece, abbiamo pressioni di senso opposto: per affacciarsi nelle nostre vetrine si continua a sgomitare». Enrico Mentana, direttore del Tg5, l'ultima nata tra le testate di informazione, non ha dubbi. «Se un giornale fa uno scoop lo «lancia» a tutti gli altri attraverso le agenzie di stampa, ma non perde copie. È un sistema che si autoalimenta: altrimenti non si farebbero neppure le copertine, o gli strillonaggi».

C'è un'influenza reciproca tra giornali e Tg?

I quotidiani locali, con le storie di cronaca, per noi sono una grande linfa. E da quando abbiamo scelto questo taglio, tutti i giornali dedicano più attenzione alla cronaca: fino a un

anno fa, sono certo, il caso di Valentina, la bambina anencefala di Palermo, non sarebbe finito sulle prime pagine. Non credo che abbiamo inventato l'acqua calda, ma abbiamo costretto gli altri Tg a darvi maggiore attenzione. Se noi trattiamo storie di cronaca - ma lo possono testimoniare anche Vespa o Curzi - la gente resta inchiodata davanti alla tv. La stessa reazione che c'è di fronte agli eventi eccezionali...».

Che rapporto avete con la carta stampata?

Al di là della guerra frontale fra editori e tv commerciale, siamo tutti figli di una stessa idea: mi sento più «parente» dei quotidiani adesso di quando lavoravo nel servizio pubblico. In Rai non ci si doveva preoccupare di far quadrare i conti economici o di vendita. Qui mi sento responsabile e protagonista: è fondamentale il pro-



dotto, il riscontro del pubblico, la corretta informazione, il rapporto con l'editore.

Perché avete deciso anche voi di aprire un'edicola della notte?

La visione delle prime pagine in tv è una necessità di informazione per una fascia alta di pubblico, quella più avvertita. La sera tardi, ma anche la mattina presto, quando si mette in movimento la popolazione at-

tiva. Il primo a consigliarmi di fare la rassegna stampa a mezzanotte in punto (quella del Tg3 va in onda troppo tardi) è stato il direttore di un grande giornale... È il momento in cui i giornali si confrontano uno sull'altro, nelle redazioni tutti gli occhi sono puntati sul Tg. *La Stampa* ha accusato *La Repubblica* di aver «copiato» lo scoop sulla lettera di Togliatti, proprio dalle edicole del Tg. □ S.Gar.