

Non è ancora ufficiale. Alla «Stampa» va Sergio Romano?

Scalfari sta per lasciare Mauro alla Repubblica

Nessuna comunicazione ufficiale, ma la notizia è certa, ed è di quelle che segnano un passaggio «epocale» nella storia del giornalismo italiano. Sarà l'attuale direttore della «Stampa» Ezio Mauro a sostituire Eugenio Scalfari al vertice della «Repubblica». E il cambio dovrebbe avvenire in tempi brevi. Sarabanda di voci, di conseguenza, sugli avvicendamenti ai vertici di molti giornali. Si parla di Sergio Romano, o di Giulio Anselmi, per la direzione della «Stampa».

LETIZIA PAOLOZZI

ROMA. Ezio Mauro, direttore del quotidiano torinese «La Stampa», si trasferirà a Roma. Andrà a dirigere il giornale «La Repubblica», creatura di Eugenio Scalfari. Nessuna comunicazione ufficiale per questo passaggio «epocale». Dunque, notizia ufficiosa. Ma Scalfari ha ricordato che da tempo aveva intenzione di lasciare. Quando ha compiuto i settant'anni, al momento del ventennale di «Repubblica». Adesso, è in corso un'accelerazione corsa del ricambio - sono parole del direttore nella sua comunicazione al Cdr - alla direzione del giornale. Del tutto indipendente da quello che potrà essere l'esito della consultazione elettorale di domenica. D'altronde, il cambio era nell'aria da tempo. Si parlava, appunto, di Mauro, di Paolo Mieli («Corriere della Sera»), di Giulio Anselmi («Messaggero»), di Claudio Rinaldi («L'Espresso»). E come succede per le cliche, anche un cambio dei direttori tira l'altro.

Chi va alla Stampa

Chi andrà alla «Stampa», ci si chiede? Il giornale verrà firmato, provvisoriamente, dal vicedirettore Luigi La Spina. Tra i nomi che circolano, quello di Anselmi (direttore del «Messaggero» che, tuttavia, dovrebbe restare ancora per un anno alla redazione di via del Tritone). Oppure, sarebbe in predica anche per «Il Sole 24 Ore». Altro nome, quello dell'editorialista dello stesso quotidiano torinese, Sergio Romano, affiancato da uno dei vicedirettori, Marcello Sorgi. L'ex ambasciatore

viene accreditato da quanti spiegano che c'è spazio per un giornale a carattere istituzionale, dopo l'abbandono di questo fronte da parte del «modello» Mieli per il giornale di via Solferino. Ancora, compare, un po' a sorpresa, Carlo Rossella, già direttore di «Stampa sera». Il vicedirettore della «Stampa», Gad Lerner, starebbe pensando di assumere un incarico esterno al giornale; potrebbe trattarsi della Seconda rete.

Assemblea al Messaggero

Quanto al «Messaggero». Le nomine al vertice, escluso il direttore, ricordiamo che hanno dato questo risultato: bocciato (parere non vincente) Alfio Caruso, condirettore. Una certa agitazione per la decisione dell'amministrazione di aumentare il prezzo ogni volta che viene offerto un inserto (tranne per i fascicoli «Scuola di cucina»). E però. Lo stesso direttore avrebbe detto: subito dopo le elezioni, ci sarà una «Repubblica» più agguerrita. Dobbiamo attrezzarci di conseguenza. Come a suggerire: avremo un rivale pericoloso. Nel caso in cui Anselmi passasse al «Sole 24 Ore», la cui direzione viene rinnovata, per tradizione, assieme ai vertici della Confindustria, al quotidiano di via del Tritone andrebbe Ferruccio de Bortoli, uno dei vicedirettori del «Corriere della Sera».

Insomma, sconvolgimenti e ripetizione. Sarabanda di nomi ai posti di comando. Ma anche gradimenti e sgradimenti dei direttori. Al «Mattino» di Napoli, di Paolo Graldi. La redazione sembra temere, soprattutto, i

gesti del proprietario Caltagirone che ha un'opzione sul giornale fino al 2002. Non solo. Si tengono i referendum sul modello di giornale (al «Corriere della Sera»). Sono o no tutti sintomi di una crisi profonda dell'informazione? Del modo in cui è organizzato il lavoro nelle redazioni? Della domanda di senso su ciò che in questi luoghi si produce?

Certo, è la fine di un'epoca. Diciamo, della prima fase della Repubblica. Figuratevi. Fino adesso, al quotidiano di Scalfari, non avevano mai praticato il voto di gradimento per il direttore. Qui, proprio qui, nella redazione di piazza Indipendenza, del cambio si discuteva da tempo, ma oggi l'argomento è di pubblico dominio, una volta rotto l'embargo. Probabilmente, la redazione si dividerà tra chi prova rammarico e chi è felice. Chi dirà: una storia è finita e chi, nulla sarà come prima. Comunque, del ridisegno del profilo del giornale, dell'innovazione indispensabile, sono tutti convinti. Per questo, l'annuncio non prelude - sembra - a alcuna mobilitazione, ad effervescenze rivoluzionarie.

«Vigilanza» in redazione

Il giornale era stato pensato venti anni fa. Ora ne risente nella formula. E gli aggiustamenti non hanno portato i risultati sperati. Cammina sulle gambe di quattrocento giornalisti. Roba da Asahi Shimbun. Solo che quella testata vende nove milioni di copie; entrando in redazione, i suoi dipendenti cantano l'inno dell'azienda. A «Repubblica» si sono intrecciati, magari scontrati, linguaggi e sensibilità diverse. Non dipende, questo bisogno di cambiare, dalla voce, circolata a tempi alterni, sul fatto che il direttore si era stufato della sua «corazzata» mentre «L'Espresso», «incrociatore leggero», veleggiava placidamente.

Il cambio è più che avviato. Sebbene non gli compete la nomina del direttore, Scalfari avrebbe contribuito all'indicazione di una ristrettissima rosa di nomi e fatto catenaccio sul nome di Mauro, puntando alla



continuità della linea del giornale. Almeno per un periodo, Gianni Rocca resterebbe condirettore.

Si tratta, poi, di vedere quali mutamenti avverranno nell'assetto proprietario di «Repubblica». Se l'azionista Carlo De Benedetti avesse bisogno di liquidità, potrebbe lasciare la sua quota a Mediobanca. E l'entrata in circolo di uomini di Agnelli, sarebbe ispirata, ovviamente, dal dottor Cuccia. Di questo, sapremo tra qualche tempo.

Oggi assemblea (chiusa) a «Re-

pubblica». Scalfari non ha, finora, presentato le dimissioni. L'azienda non ha proceduto né all'assunzione di Ezio Mauro, né tantomeno alla sua nomina a direttore. Però, la situazione al vertice della testata è stata affrontata di petto. Per evitare commenti e fantasiose ricostruzioni; per una questione magari di scarsa importanza, il cambio storico è annunciato. E la redazione? Aspetta serenamente, in fibrillazione. In termini sindacali il salto viene seguito con preoccupazione e vigilanza».

Eugenio Scalfari. A sinistra, dall'alto, Giulio Anselmi, Ezio Mauro e Sergio Romano. Livio Anticoli

DALLA PRIMA PAGINA

Le idee e i toni giusti

condotto una campagna senza mai allontanarsi dai problemi reali del paese e senza mai lasciarsi trascinare in basso dalle provocazioni degli avversari. È un linguaggio nuovo il primo, rivoluzionario effetto di un cambiamento che sta diventando coscienza comune. La contaminazione tra le culture del centro cattolico e della sinistra democratica ha scardinato le vecchie, consumate certezze e ne propone delle nuove sulla misura di un paese che cambia completamente faccia.

È finito, quindi, il tempo delle parole. I programmi della sinistra e della destra sono stati esibiti con sufficiente chiarezza all'elettorato. Tutti abbiamo potuto giudicare quali profonde differenze separano i due modelli di sviluppo indicati dai grandi schieramenti. Sono due futuri del tutto opposti quelli prospettati da Prodi e da Berlusconi.

Già questa netta riconoscibilità delle posizioni è una non trascurabile vittoria della democrazia. Gli italiani finalmente sono chiamati a scegliere sulla base di un preciso progetto politico e non più sotto le proteiformi influenze ideologiche che fino ad oggi, a causa della guerra fredda e degli interessi particolari rappresentati dai singoli partiti, hanno guidato la mano dell'elettore. La campagna elettorale poteva certamente andare meglio se soltanto la destra, con in testa Berlusconi, non avesse più volte inquinato (e quindi umiliato) i suoi discorsi cercando di resuscitare fantasmi in realtà mai esistiti e inseguendo provocatoriamente la rissa. Anche il disegno di Pannella, che voleva trasformare queste elezioni in un referendum per il presidenzialismo, è fallito. Gli italiani voteranno, come sempre secondo coscienza, ma con una coscienza più libera da astrattezze e da inutili fardelli più o meno moralistici, più o meno utopistici.

L'Ulivo ci ha mostrato il disegno di un'Italia concreta, europea, moderna, che vuole realmente contare nei contesti internazionali e che soprattutto non abbandona al suo destino nessun italiano. Il Polo dice di voler e di poter conquistare gli stessi risultati affidando la politica ai mercati, prefigurando il nostro paese come un'azienda, nella quale tutti lavorano quando va bene e quando non va bene contano su una buona polizza assicurativa.

La campagna elettorale poteva andare meglio, ma non è andata male per niente. Alla fine, quando Berlusconi s'è reso conto che era giunto il momento di passare dagli insulti ai giudizi all'illustrazione del suo programma, i toni si sono fatti più pacati e più seri. I cittadini hanno così potuto ascoltare le proposte scritte e giudicare la loro credibilità. Il rammarico sta proprio qui. Se fin dall'inizio il centro-destra avesse assunto un atteggiamento più responsabile e si fosse mostrato disposto a confrontare civilmente i punti del suo programma con le soluzioni avanzate dagli avversari, rinunciando magari a qualche colpo propagandistico, oggi avremmo una visione più adulta del nostro paese. I colpi bassi, invece, sono una regressione ai vecchi modelli, e non suggeriscono mai l'idea di una classe politica che persegue gli interessi di tutti. La propaganda, la menzogna, il trabocchetto, la provocazione offrono della politica un'immagine brutta, volgare, che aruola uomini personalmente interessati al potere. L'Ulivo, ieri, a piazza del Popolo, ha lasciato intravedere un futuro anche in questo senso, un linguaggio che è insieme causa ed effetto dell'Italia che forse domani sarà un'altra.

[Vincenzo Cerami]

Un giro di boa per la stampa italiana

Se devo spiegare in pochi minuti che tipo di direttore di giornale è stato Eugenio Scalfari preferisco, invece di incollare giudizi ricchi di appropriati aggettivi, prendere a caso una di quelle non rare volte in cui lui ha lasciato al palo i suoi colleghi, è uscito dal gruppo e senza troppo preoccuparsi di equilibrismi istituzionali e di calcoli di opportunità ha fatto in primo luogo la gioia dei suoi lettori. Mi viene subito in mente quella domenica di fine agosto di due anni fa quando Irene Pivetti, presidente della Camera di ancor fresca nomina, andò a raccogliere ovazioni al Meeting ciellino di Rimini sostenendo che «bisogna rifare le regole per ricondurre la società alla volontà di Dio» e che «ogni buon ordinamento sociale viene da Dio ed ha in lui il suo fondamento». L'editoriale, che apriva la prima pagina della Repubblica di quella domenica, si intitolava «Il partito del Papa ha trovato la pulzella», spiegava con la dovuta energia e pazienza le differenze tra l'Europa della tolleranza e il Terzo Mondo del fondamentalismo, tra liberalismo e clericalismo, respingeva le «fanfaluche del popolo esiliato» ed altre «scempiaggini agostane». «Consentirà dunque ad un laico incallito come io sono - aggiungeva rivolgendosi alla «pulzella» - di guardare con estremo sospetto ai suoi appelli sanfedisti». Scalfari avvertiva talmente l'idea di un «partito clericale trasversale» in appoggio ai «dignitari di casa Fininvest» che chiudeva l'articolo invocando lo spettro più terribile per un cattolico vandeano: «Ci vorrebbe Lutero, gentile Pivetti, altro che il Papa re. Ma Lutero era un frate serio. In Italia uno come lui sarebbe stato impensabile. Qui con le indulgenze hanno sempre trafficato, che fossero in esilio o fossero al potere». Perché, adesso che lascia la guida del suo giornale, ricordare queste righe che vengono giù diritte da una tradizione civile, in Italia

Con la nascita e il successo di Repubblica, il giornale che Eugenio Scalfari ha creato vent'anni fa, la tradizione civile della sinistra liberale, minoritaria elitaria, accusata di snobismo si è presa una grande rivincita. Ora il cambio di direzione avviene in una fase critica per la stampa italiana, le vendite sono in calo, i bilanci di molte testate pericolanti, mentre la rissosità del dibattito pubblico e la teledipendenza sono giunti al punto estremo.

GIANCARLO BOSETTI

sempre minoritaria, di battaglie laiche e liberali, di uomini e testate molto citati ma assai poco amati: gli azionisti, Mario Pannunzio e le ventimila copie del suo Mondo, l'Espresso formato lenzuolo e le sue centomila copie e gli altri che «si vedevano in via Veneto», Benedetti, Carandini, Ernesto Rossi. Perché la traiettoria dello Scalfari giornalista e fondatore di testate (la prima presumibilmente destinata a proseguire sulle colonne della stessa Repubblica, la seconda per il momento sospesa, ma domani ci sarà) è un utile oggetto di meditazione nel momento in cui l'intero sistema informativo di questo paese è alla vigilia di un cambiamento, sicuramente con la sostituzione di alcuni uomini nelle posizioni chiave in giornali e telegiornali, probabilmente (e sperabilmente) con una correzione di formula e di tono generale. Negli ultimi anni, con i due libri *Incontro con lo* e *Alla ricerca della morale perduta*, Scalfari sembra essersi appassionato a una dimensione di scrittura più intima e personale, più riflessiva, più interessata agli interrogativi della fede, più aperta alle deviazioni del pensiero negativo e meno preoccupata di abbandonare i rettilinei dell'illuminismo.

Non per niente nell'ultimo volume esce dalle braccia, tradizionalmente più frequentate dagli amanti dei Lumi, quelle di Voltaire, e gli

preferisce quelle di Pascal. Ma si tratta di una scelta, diciamo così, strettamente privata (e come tale forse destinata a ulteriori sviluppi letterari), perché la lezione di giornalismo che Scalfari ci lascia come materia di lavoro è tutta ispirata alla cultura dell'abate di Ferney e dei suoi otto enciclopedisti. Come Scalfari sa per averlo letto sui libri di storia (magari soprattutto quelli di Robert Darnton, come *Il Bacco di Lamourette*) l'illuminismo fu sul piano editoriale una colossale impresa industriale destinata a dare profitti trasformando la stessa «vulgarisation» delle idee che avrebbero rivoluzionato il mondo in un affare per autori, editori, librai e distributori. Voltaire non solo ne era cosciente, ma ci marciava, sapendo persino come rilanciare le vendite di un vecchio libro, facendo qualche aggiunta e reclamizzandola come la versione «completa» e «originale» che non si poteva non comprare.

Qualità e mercato

È un merito che indiscutibilmente va attribuito a Scalfari è quello di aver saputo conciliare, alla maniera degli enciclopedisti, un progetto di giornalismo di qualità con un allargamento del mercato dei lettori, attraverso l'arte della seduzione. Lui stesso ha raccontato più volte come quella mitica eredità della cultura

laica del *Mondo* o come l'intera tradizione liberale, nella stampa e nell'editoria, avesse dei numeri molto esili al punto da apparire come una entità elitaria, aristocratica, snobistica. *Repubblica* è nata dunque nel 1976 da un fine, quello della crescita di una opinione pubblica cosciente, informata, liberale, innovativa, vogliosa di battaglie per democratizzare e ripulire un paese carico di vizi vecchi e nuovi. Il *Corriere della Sera* era sempre stato espressione di una borghesia più cauta, conservatrice e vecchiotta, anche se nei primi anni Settanta la direzione di Piero Ottone dette il via a una conversione che avrebbe poi influenzato gli altri. Ma fu *Repubblica* a indicare la rotta dei mercati nuovi, i giovani, le donne, i ceti colti di massa in via di sviluppo negli anni Settanta, e poi soprattutto, la sinistra. (Ne avrebbe fatto le spese anche l'*Unità*, che tra il '77 e l'81 perse un pezzo consistente del suo mercato, elegantemente amputato dall'ascesa di *Repubblica*). La conquista di cerchi più larghi di lettori da parte di Scalfari avvenne attraverso la fisionomia politico-culturale di un giornale che si collegava alla tradizione minoritaria ma vitale di una sinistra liberale e attraverso una formula giornalistica nuova, smaltizzata, seducente, capace di raccontare la politica in un modo che avrebbe fatto scuola, attraverso usi e abusi, fino ai nostri giorni. Raccontando l'impresa di *Repubblica* non si possono certamente trascurare aspetti cruciali della vicenda italiana, sociale e politica, di questi decenni, la lunga, decisa e alla fine vincente lotta contro il craxismo, l'opposizione a Berlusconi, la creazione e la diffusione di un giornalismo economico nuovo per l'Italia, le campagne liberalizzanti sullo stile di vita degli italiani, anche attraverso un uso

largo e all'inizio inconsueto delle firme femminili. Alla fine degli anni Ottanta sembrava che la sfida del mercato, grazie anche agli investimenti tecnologici, per i giornali italiani fosse finalmente aperta a risultati incoraggianti, capaci di avvicinarci almeno un po' agli standard di lettura dei paesi sviluppati: il numero di copie vendute sembrava destinato a raggiungere e superare i sette milioni di giornali quotidiani. Ma così non è stato. Le vendite si sono arretrate e sono retrocesse sotto i sei milioni. L'Italia rimane inchiodata a un livello di diffusione che ci mette agli ultimi posti nel mondo Ocse. Solo undici italiani su cento comprano il giornale (contro una percentuale tra il quaranta e il cinquanta per cento in America, Giappone, Germania e Inghilterra). L'arrivo dei supplementi e dei gadgets non sembra capace di superare l'ostacolo. E anche la formula «omnibus», di pezzi che mescolano le caratteristiche dei popolari a quelle dei giornali di qualità, non sembra più capace di cavare fuori da se stessa la soluzione del problema. Nel momento in cui Scalfari lascia la direzione della testata che ha inventato vent'anni fa, il dibattito pubblico italiano ha raggiunto il massimo di rissosità (in tv e sui giornali che raccontano la tv), le vendite sono in discesa, i bilanci quasi tutti pericolanti.

La stampa «melassa»

Un anno fa, quando si discuteva la formula della «stampo melassa» e si criticava la «teledipendenza», lui difese con orgoglio la qualità del giornalismo italiano, ma intanto impostò la revisione di *Repubblica* accennando a una correzione di rotta, più annunciata in verità che realizzata. Ora il lavoro ricomincia da qui per tutti, non solo per gli eredi della direzione di *Repubblica*

critica Marxista 1-2

Analisi e contributi per ripensare la sinistra

osservatorio 1

A. Tortorella, Non c'è efficienza senza partecipazione
G. Chiarante, Alleanze e identità della sinistra
A. Grandi, Una nuova qualità dell'occupazione
C. Ursino, Modello francese e modello tedesco

osservatorio 2

Il potere e i media
Scritti di V. Vita, C. Freccero, L. Balestrieri, G. Nappi, N. D'Angelo, P. De Chiara, G. Rao

laboratorio culturale

M. Pistillo, Mussolini-Gramsci. La destra alla ricerca di una identità culturale
G. Liguori, Engels nei «Quaderni» di Gramsci
M. Turchetto, Crisi del marxismo filosofico
A. Infranca, Intellettuali e marxismo in America latina

L. 20.000 Abbon. Italia L. 60.000, estero L. 100.000, sostenitore L. 150.000, versamento su ccp n. 87818001, intestato a Ciemme Editore, via dei Polacchi 41, 00186 Roma - Per informazioni telefonare 06/76706601, 24304702



Direzione Nazionale

I CACCIATORI CON L'ULIVO

- Per nuove regole per lo svolgimento, e la riqualificazione del referendum
- Per un urgente provvedimento che eviti il referendum che vuole privatizzare la caccia
- Per l'applicazione della legge di riforma che rinnova l'esercizio venatorio e produce risorse faunistiche e ambientali decisive per la salvaguardia del territorio e lo sviluppo economico e sociale delle campagne

LA DESTRA CON PANNELLA

- Per una caccia consumistica per soli ricchi
- Per referendum eversivi
- Per affossare la riforma