

ROMA Ci sono polemiche infinite. Alcune durano anni. Questa ne ha già due. La resuscita un'agenzia delle 20,54. Titolo: «Giornalismo: Minzolini smentisce intervista a Violante». L'intervista fu pubblicata dal quotidiano torinese «La Stampa» il 22 marzo del 1994, quando a quelle elezioni politiche mancavano solo cinque incandescenti giorni. Non un botta e risposta, ma il racconto di una passeggiata nel Transatlantico. Minzolini, cronista parlamentare, che chiede. E l'onorevole Luciano Violante che riflette.

Ciò che Minzolini scrisse poi di aver sentito furono riflessioni che Violante ha sempre sostenuto di non aver mai fatto. Mai detto che Berlusconi e Forza Italia più che a Palermo rischiavano a Catania. Mai detto che l'inchiesta sui rapporti con la mafia riguardava Dell'Ultri, presidente di Publitalia. Mai detto niente di tutto questo; eppure, la smentita non bastò. Violante scelse, per meglio difendersi, di lasciare la Commissione antimafia, di cui era presidente. La reazione delle destre e di Berlusconi fu feroce, eccitata, perfettamente strumentale. Servì a rastrellare gli ultimi voti per vincere le elezioni.

Sono seguiti mesi di strascichi giudiziari. Minzolini è stato querelato per diffamazione, e per questo rinvitato a giudizio.

Ieri, a sorpresa, il nuovo capitolo. Con Luciano Violante che, soddisfatto, nel corso della trasmissione televisiva di Rai 3 «Dieci minuti», commenta un comunicato che dovrebbe essere pubblicato oggi dal quotidiano «La Stampa». Il comunicato comincia così: «Quell'intervista fu frutto di impressioni determinate da malinteso all'interno di una conversazione su altro soggetto...». Ecco perché le agenzie titolano a effetto. Clamoroso: Minzolini sembra davvero smentire se stesso.

«Tempo galantuomo»

Violante, due anni dopo, incalza: «Chi leggerà «La Stampa» si renderà finalmente conto che io quell'intervista non l'ho mai rilasciata... ebbi una semplice conversazione con il giornalista, ma concernente altre questioni... Perché mi dimisi dalla carica di presidente della Commissione? Perché rischiaro di trascinare con me, in questa squallida vicenda, l'istituzione dell'antimafia... Fortunatamente, però, il tempo è galantuomo e mi ha dato ragione. Tuttavia... beh, è stato doloroso, molto doloroso, poiché è trattato di qualcosa di profondamente ingiusto».

La replica di Minzolini è stizzita.



Il vice presidente della Camera Luciano Violante

Riccardo Cesari/Synco

«Fu solo un malinteso»

Caso Violante, «La Stampa» ammette

«Quell'intervista fu frutto di impressioni soggettive determinate da malinteso all'interno di una conversazione su altro soggetto». In un comunicato, «La Stampa» ammette - dopo due anni - che fu un equivoco l'intervista che portò alle dimissioni di Luciano Violante dalla presidenza della Commissione antimafia a soli cinque giorni dalle elezioni del 27 marzo del 1994. Violante: «È stato molto doloroso, per fortuna il tempo è galantuomo e mi ha dato ragione».

FABRIZIO RONCONI

«Cosaaa? Eh no, calma... io non smentisco proprio un bel niente, capito?». Stava scrivendo un articolo, ma ha spento il computer per chiamare subito i suoi avvocati. «Guarda, non ci capisco nulla... ci sentiamo tra dieci minuti?». Dieci minuti dopo ha la voce ferma. «Ora chiariamo». Cos'è questo comunicato, Min-

zolini? «È un accordo, doveva essere un incontro a metà strada tra le due parti... una cosa che si fa...». Puoi essere più preciso? «Dai, un comunicato di quelli in cui si dice tutto e niente... in cui, al limite, lui ammette di essersi espresso male e io, io pure ammetto di aver capito male...». Minzolini, scusa: ma chi l'ha deciso, voluto questo co-

municato? «I legali. I miei e i suoi. Alla fine la faccenda era diventata troppo grossa... io portavo come testimone il direttore del «Corriere della Sera» Paolo Mieli, lui si sarebbe presentato con Dini... Insomma, il comunicato doveva servire a lasciar morire per sempre questa storia... invece...». Invece? «Primo, il comunicato non lo firmo io, ma è una cosa dell'azienda... E poi, beh, senti, io quel giorno nel Transatlantico ho fatto solo il mio mestiere... No, giuro, se ripenso a quell'articolo non ho nulla di cui pentirmi...».

Il comunicato

Il testo del comunicato, che verrà pubblicato sulle pagine de «La Stampa», è questo. «I contenuti dell'articolo pubblicato sotto il titolo "I segreti di Violante. Quel che so di Dell'Ultri" sono frutto di im-

pressioni soggettive, generate da malinteso, tratte da conversazione che il giornalista ebbe con il parlamentare, relativa ad altri argomenti, la grave conseguenza, anche di carattere istituzionale, che la pubblicazione ha provocato all'onorevole Violante, sono state, sia per «La Stampa» che per il giornalista, del tutto estranee alla volontà della pubblicazione. Conseguentemente l'onorevole Violante rimetterà la querela e non avrà quindi luogo il processo a carico di Ezio Mauro (all'epoca direttore del quotidiano torinese, ndr) e Augusto Minzolini».

La nota, nella serata riscaldata da nuovo fuoco polemico, ha acquisito un'aggiunta: «Non si tratta, perciò, come appare evidente, di una smentita di Minzolini come erroneamente da alcuni dispacchi di agenzia».

Per il giornalismo imperativo credibilità

GIANCARLO BOSETTI

Giovani e giornali arrivano con il rapporto Grinzane-Censis due notizie, una buona e una cattiva. Quella buona è che la popolazione studentesca, tra i 14 e i 20 anni, dichiara di leggere i quotidiani di informazione in misura maggiore che in passato.

Si tratta di percentuali che, se i comportamenti reali confermeranno quelli dichiarati nei questionari, tenderebbero a farci assomigliare un po' di più al mondo sviluppato, o almeno ad attenuare quella distanza strutturale, di dimensioni imbarazzanti, che ci separa dal centro e dal nord dell'Europa nella diffusione dei quotidiani (e nell'istruzione media superiore, due dati strettamente imparentati e sostanzialmente equivalenti). Questo significa che, se l'editoria nazionale indovinerà le prossime mosse, potremmo finalmente uscire dalla palude di quelle 110 copie per mille abitanti che ci inchiodano agli ultimi posti delle classifiche Ocse.

Speriamo, come suggerisce il Censis, che il sorpasso dei quotidiani sportivi ad opera di quelli di informazione non sia soltanto la conseguenza della crisi dei primi, ma della maggiore appetibilità dei secondi, diventati più accessibili e coinvolgenti per un pubblico giovane, e che stia ad indicare anche che gli studenti italiani sono oggi più attrezzati a capire la realtà in cui vivono.

La notizia cattiva è che questi medesimi giovani hanno una idea dei giornali e del giornalismo su cui sarà bene che ci concentriamo - editori, direttori, e tutti quanti lavoriamo in queste aziende - se vogliamo trovare una via d'uscita da una condizione critica, perché contiene elementi davvero preoccupanti: prestigio e attendibilità dei giornalisti sono concetti malissimo.

Ma qui non si tratta tanto della politica-spettacolo, di quel giornalismo-palla volo, come l'ha definito una volta Paolo Mieli, che costruisce i «casi». Il fatto è che questi ragazzi ritengono che l'aggettivo numero uno da attribuire ai quotidiani in generale è «condizionato» (con un pesante 35,7% cui va aggiunto un 13% di «asservito», mentre indipendente sta a quota 7,1). Solo il 2% è

disposto a credere che i giornalisti difendono i deboli, il 27% li vede impegnati a difendere i potenti - che non è un bello spettacolo -, e il 47% li vede impegnati a difendere fondamentalmente se stessi, peccato meno grave ma pur sempre lontano da una visione mitica della professione (di mito resiste solo quello dell'invito che, almeno, viaggia). C'è di mezzo naturalmente la proprietà che in Italia è tradizionalmente anomala e non editoriale, ma di sicuro non solo questo.

Dal momento che siamo nel mezzo di un «cambio di stagione» sta diventando sempre più urgente inaugurare i lavori di revisione del prodotto, visto che la sua immagine appare logorata. E la professione, ovvero il capitale di fiducia e attendibilità, in questo mestiere è il prodotto. Come mosse, potremmo finalmente uscire dalla palude di quelle 110 copie per mille abitanti che ci inchiodano agli ultimi posti delle classifiche Ocse.

Speriamo, come suggerisce il Censis, che il sorpasso dei quotidiani sportivi ad opera di quelli di informazione non sia soltanto la conseguenza della crisi dei primi, ma della maggiore appetibilità dei secondi, diventati più accessibili e coinvolgenti per un pubblico giovane, e che stia ad indicare anche che gli studenti italiani sono oggi più attrezzati a capire la realtà in cui vivono.

Indagine Censis: i reporter affascinano, ma con giudizio

Giovani & giornali la morbida attrazione

Leggono i quotidiani anche se, in fondo, non hanno una grande fiducia nei giornalisti che comunque fanno una professione che li affascina. I settimanali e ancor più i mensili sono i meno gettonati. E, incredibile, preferiscono i quotidiani d'informazione a quelli sportivi. La televisione, com'è ovvio, la fa da padrona. Questo il rapporto tra i giovani e i giornali che esce dall'indagine Censis condotta per il Grinzane Cavour, Famiglia Cristiana e Letture.

MARCELLA CIARNELLI

ROMA. Leggono i quotidiani. E hanno fiducia in essi quasi come ne hanno nella televisione. Decisamente minore quella riposta nei settimanali. Comunque nel tempo libero dei giovani la carta stampata non ha un posto di secondo piano anche se, inutile dirlo, all'ascoltare musica, all'andare in giro con gli amici o, meglio ancora, con il ragazzo (o la ragazza) del cuore non c'è nulla che possa reggere il paragone. L'indagine, condotta dal Censis, nell'universo under 20 (partendo dai 14 anni) per cercare di comprendere qual è il rapporto tra i giovani, i giornali e il giornalismo è stato promosso dal Premio Grinzane Cavour insieme a Famiglia Cristiana e Letture ha fornito risultati a volte sorprendenti. A cominciare da quello, assolutamente scontato, che tra i quotidiani non sono quelli sportivi a farla da padrona. E che se la professione giornalistica continua ad esercitare un certo fascino (più che mai il ruolo dell'invitato) i giovani nei giornalisti non hanno grande fiducia. Gli intervistati (2.500 cui sono state rivolte 75 domande) sono tutti studenti di scuola secondaria. In quanto tali

non rappresentano la totalità della popolazione giovanile ma con il loro 73,5 per cento rappresentano un campione non diluito, non disomogeneo visto che qui si parla di fruizione culturale ma anche di tempo libero.

Nella vita di uno studente l'incontro tra scuola e informazione non avviene nell'aula. I giornali a scuola non entrano quasi mai. Ne consegue che lo studente-lettore dedica parte del proprio tempo libero ai giornali. Ma questo tempo quant'è? In media circa tre ore, almeno per il 67 per cento degli intervistati. I maschi ne hanno di più. Gli studenti del Centro Italia sono più impegnati rispetto a quelli del Nord e poi quelli del Sud. Per trascorrere il tempo libero nel modo preferito i giovani spendono fino a centomila lire al mese (183,7 per cento), solo cinquantamila per il 47,7 per cento. Se in pizzeria vengono spese circa 23mila lire al mese per riviste e giornali i giovani ne spendono solo novemila. Ma, qui, è evidente che il paragone non è possibile poiché la fruizione indiretta di un giornale o di una rivista è possibile. Mentre per una

pizza no. Ascoltare musica è l'attività di svago che unifica i due sessi. Le ragazze preferiscono di più stare con il partner, frequentare gli amici, leggere libri. Anche per i ragazzi lo stare con la partner è in pole position ma la passione per lo sport, stare con gli amici, andare ad un concerto o allo stadio non sono passioni di poco conto.

Il 96,8 per cento dei giovani intervistati legge i quotidiani. Almeno ogni tanto. Il 43,1 per cento ha dichiarato di leggerli almeno tre volte la settimana e il 25 per cento dice di leggerli quasi tutti i giorni. I maschi risultano più assidui. Preferiti sono i giornali di cronaca a diffusione nazionale, poi i quotidiani locali e solo dopo, in termine di frequenza, i quotidiani sportivi. Un dato che si può interpretare in due modi, forse da fondere: gli studenti italiani hanno acquisito la capacità di partecipare attraverso i quotidiani di informazione e questi sono riusciti a diventare un prodotto appetibile. La testata più letta è Repubblica, segue Il Corriere della Sera, e poi La Gazzetta dello Sport. Il futuro dei quotidiani (e non solo) è, dunque, nelle mani dei giovani che dimostrano un accresciuto interesse in controtendenza rispetto ai lettori adulti. Ma come vengono letti i quotidiani dai giovani? La maggioranza, specialmente i maschi, legge i titoli di prima pagina. Poi, non nello stesso numero, va alle pagine interne. Un'altra pratica diffusa, specialmente tra le femmine, è quella di sfogliare per cogliere qui e là le notizie che più possono interessare. Solo il 3,7 per cento degli intervistati legge tutto il quotidiano. Nell'ordine gli argo-

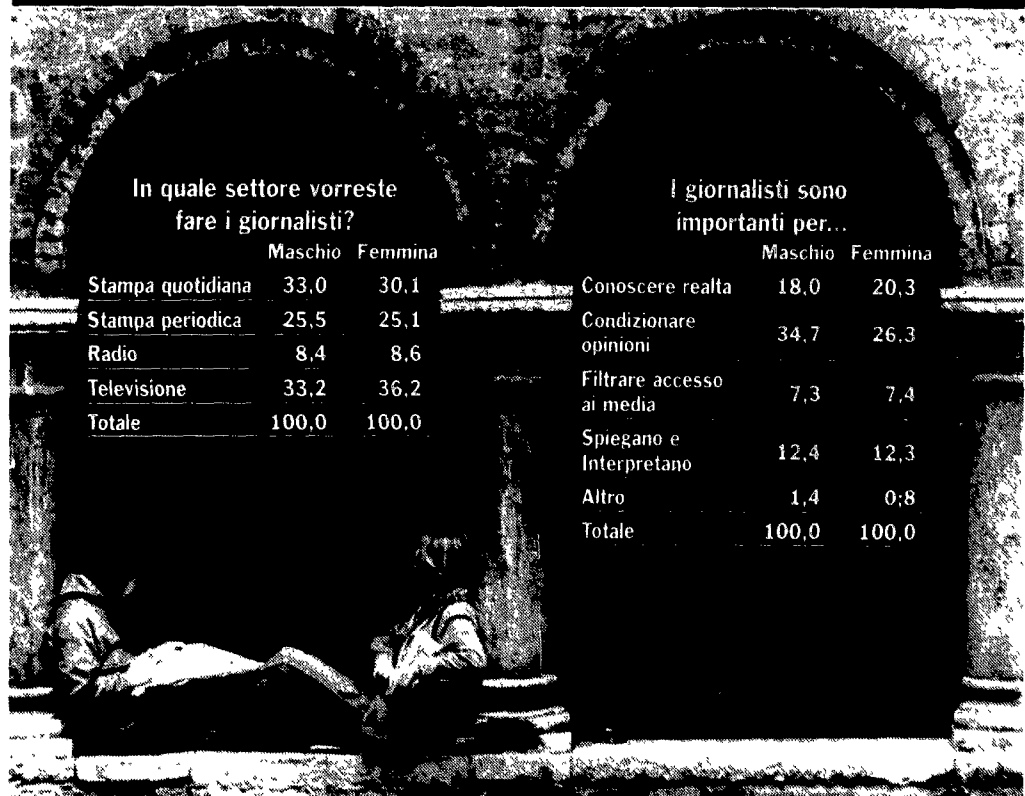
menti che interessano di più sono le cronache italiane (40,5%), la cultura e gli spettacoli (38,6%), lo sport (35,2%), la cronaca locale (33%) e la politica italiana (20,3%). Interessante il dato della sostanziale soddisfazione dei giovani intervistati per il livello dei quotidiani sul mercato specialmente se rapportato alla ricorrente polemica sull'abbassamento della qualità della carta stampata. In-

somma i giornali riescono a soddisfare quell'esigenza di approfondimento che c'è all'origine del loro successo tra i giovani. E che consente ad essi di far concorrenza alla televisione ed alla radio. Lo stesso successo non tocca ai settimanali e men che mai ai mensili. I magazine non godono di particolare credito riguardo all'affidabilità e solo una percentuale minima (6,1%) si sente più garantita da es-

rispetto agli altri media. Nei settimanali, allora, i giovani che li leggono cercano lo svago ma anche l'approfondimento, il gusto per le belle foto, il soddisfacimento di curiosità. Gli aspetti informativi sono del tutto marginali: 11,5 per cento, al penultimo posto. Se acquistano un settimanale i più lo fanno per gli argomenti annunciati in copertina ma anche per i gadget. I più letti sono Panorama, l'Es-

spresso, Tv Sorrisi e Canzoni. La televisione è il mezzo di comunicazione che ispira più fiducia. Viene guardata dal 99,6 del campione. I maschi più delle femmine sono attratti dal video. I telegiornali godono di molto credito. Al primo posto c'è il Tg1, poi il Tg5. Con un grosso margine seguono il Tg2 e il Tg3. Incredibilmente, in media, i telegiornali sono seguiti più della fiction.

GIORNALI E GIORNALISTI



spesso, Tv Sorrisi e Canzoni.

La televisione è il mezzo di comunicazione che ispira più fiducia. Viene guardata dal 99,6 del campione. I maschi più delle femmine sono attratti dal video. I telegiornali godono di molto credito. Al primo posto c'è il Tg1, poi il Tg5. Con un grosso margine seguono il Tg2 e il Tg3. Incredibilmente, in media, i telegiornali sono seguiti più della fiction.

La televisione è il mezzo di comunicazione che ispira più fiducia. Viene guardata dal 99,6 del campione. I maschi più delle femmine sono attratti dal video. I telegiornali godono di molto credito. Al primo posto c'è il Tg1, poi il Tg5. Con un grosso margine seguono il Tg2 e il Tg3. Incredibilmente, in media, i telegiornali sono seguiti più della fiction.

La televisione è il mezzo di comunicazione che ispira più fiducia. Viene guardata dal 99,6 del campione. I maschi più delle femmine sono attratti dal video. I telegiornali godono di molto credito. Al primo posto c'è il Tg1, poi il Tg5. Con un grosso margine seguono il Tg2 e il Tg3. Incredibilmente, in media, i telegiornali sono seguiti più della fiction.