
La stampa in Europa, a quando un quotidiano europeo?

Autore: Paolo Crepaz

Fonte: Città Nuova

Non sappiamo se e quando l'Europa unita avrà un giornale a diffusione continentale: le difficoltà di una simile impresa sono intuibili. Nel frattempo non è male approfondire la conoscenza del giornalismo europeo. È quello che ha fatto con criterio Giancarlo Salemi nel suo *L'Europa di carta*. Guida alla stampa estera (Franco Angeli, pagg. 190, € 15,50), una valida radiografia dei quotidiani di Germania, Francia, Inghilterra e Spagna. Ne emerge che la Germania è la roccaforte della carta stampata in Europa, con una vendita di venticinque milioni di copie di quotidiani al giorno: in pratica un cittadino su tre compra il giornale, contro l'uno su dieci in Spagna e Italia. Il quotidiano tedesco di maggiore prestigio rimane il *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, che da sempre sostiene i cristianodemocratici ed ha appoggiato sempre il loro premier Kohl. Antagonista storico è il bavarese *Suddeutsche Zeitung*, schierato con i liberalsocialisti e sostenitore di Schroeder, ma di cui ora si è fatto assai critico. Ebbene, le due storiche ed autorevoli testate non raggiungono insieme nemmeno un quinto della tiratura dell'amburghese *Bild Zeitung*, che con 5 milioni e mezzo di copie risulta il quotidiano più letto in Europa, ed è il clone germanizzato dei popular paper britannici: facili, pettegoli, a volte sfrontati. In Gran Bretagna questi cosiddetti tabloid erano fino ad ora ben distinti dai qualità, fra i quali sveltava il *The Times*, dai fasti bisecolari. Il passato è d'obbligo perché la testata è oggi controllata anch'essa da Rupert Murdoch, che ha mescolato le carte, in nome delle esigenze di mercato, fra giornali di qualità e popolari. Il magnate australiano è infatti anche editore del *Sun*, che con i suoi 4 milioni di copie ha sorpassato gli storici *Mirror* e *Daily Mail*, grazie ad un efficace cocktail di shock, orrori, scandali e sesso. A salvaguardia del mercato dei quality sopravvivono, ma con una tiratura inferiore al milione di copie, il *Daily Telegraph* e *The Guardian*. In Francia la competizione fra *Le Monde* e *Le Figaro* volge oggi a favore del primo, di indole radicale, più reciso nei giudizi, benché a volte cangianti. Il secondo rimane ancorato alla borghesia e difende senza tentennamenti l'operato di Chirac. *Liberation* rimane l'ultimo baluardo a sostegno delle idee del Sessantotto. In Spagna, a parte il monarchico *Abc*, sono *El Pais* ed *El Mundo* a vendere mezzo milione di copie a testa al giorno, il primo schierato con i socialisti, il secondo con il centrodestra: la sua severità sugli scandali portò alla caduta di Felipe Gonzales, aprendo la strada alla vittoria elettorale di Aznar. Schieramenti tanto opposti delle testate europee non sembrano tuttavia mettere in discussione una concordia e animosità bipartisan nei giudizi critici sull'Italia e sull'operato del suo premier.

AL SERVIZIO DEL CITTADINO Il comunicatore pubblico A settembre si festeggiano i dieci anni del Compa, il Salone della comunicazione pubblica e dei servizi ai cittadini. Non una fiera qualsiasi, ma l'incubatrice in cui è cresciuta la cultura per una comunicazione pubblica e istituzionale, che ha portato alla legge 150, uno dei capisaldi del nuovo rapporto tra pubblica amministrazione e cittadini. Fu nel '93, sotto il governo Ciampi, che cominciò la rivoluzione antiburocratica del nostro paese, quella del rapporto fra la pubblica amministrazione italiana e i cittadini, annunciata, quell'anno, da due eventi importanti: il decreto legge che diede vita agli Uffici per le relazioni pubbliche, per cui diventò obbligatorio informare i cittadini dei diritti acquisiti ed il varo, alla Fiera di Milano, del primo Forum della comunicazione pubblica, che l'anno seguente si trasferì a Bologna, divenendo Compa, una manifestazione sulla quale nessuno, allora, parve disposto a scommettere un soldo: e che invece è cresciuta con numeri record. Oggi sia il Compa sia gli Urp festeggiano il decennale: la legge 150 istituisce la figura del comunicatore pubblico; prevede, all'articolo 8, "l'ascolto dei cittadini"; formalizza all'articolo 9 ruolo e organizzazione dell'ufficio stampa. Il 30 novembre si conclude la fase di formazione del personale: di seguito si definiranno, al tavolo del governo, i profili professionali. a cura di Irene Gambino