



Antonio Girardo e Roberto Bettiga

LITI SPORTIVE

Fuori chi critica

Juventus e Torino non vogliono appunti dai giornali. E chi ci prova non entra in sala stampa

LA CRITICA? RISERVATELA AGLI avversari di turno. Il diritto di cronaca? Purché non appaia l'immagine della società. Se volete lavorare, cari cronisti sportivi, osservate queste semplici regole. Altrimenti c'è il cartellino rosso, la squalifica a tempo indeterminato.

Tempi duri all'ombra della Mole Antonelliana. Da qualche tempo Juve e Toro, tra i beati sonni dell'Unione stampa sportiva, fanno a gara nell'impedire l'accesso in sala stampa ai giornalisti non graditi. L'ultima "espulsione" è toccata a un cronista di "Repubblica", Maurizio Crossetti, reo di aver intonato, subito dopo la sconfitta di Manchester in Coppa campioni, una sorta di gioco "de profundis" per la squadra bianconera. Richiamandosi ai funerali della principessa Diana, Crossetti aveva scritto: «Non è ancora ora di chiedere a Elton John il nuovo inno della Juve». Non l'avesse mai fatto: cartellino rosso a tempo indeterminato. Prima di lui era toccato a Stefano Agresti di "Tuttosport" sperimentare il nuovo stile della vecchia signora. Nell'agosto dello scorso anno la campagna abbona-

menti juvenina non decolava e Agresti ne informò i suoi lettori. Benché vera, nella sede di piazza Crimea la cronaca non piacque e la squalifica scaturì con la motivazione che il racconto aveva provocato «un danno patrimoniale alla società». Esperienze analoghe hanno vissuto nella scorsa stagione anche Franco Costa della Rai, che aveva criticato la campagna acquisti della Juve, e Giancarlo Emanuel del "Corriere dello Sport", per un'intervista al centrocampista Zidane che il giornalista aveva raccolto non dal giocatore stesso ma da altri cronisti presenti in sala stampa. L'amministratore delegato juventino, Antonio Girardo, chiese addirittura al direttore del foglio romano, Mario Scoccianti, che Emanuel fosse allontanato da Torino.

Ma il braccio di ferro della Juve con i cronisti raggiunse l'apice una sera di settembre al ristorante Due mondi di Torino. Un meeting voluto dalla direzione della Juve per recitare lo strappo con la stampa. Finì, invece, con una querela (sfociata in un rinvio a giudizio per diffamazione) per Girardo che aveva accusato Mario

Travaglio del "Giorno", peraltro non presente al simposio, di comportarsi come Mino Pecorelli, il discusso giornalista assassinato anni fa.

Sulla sponda granata le epurazioni vengono fatte in massa. Un vezzo inaugurato dall'ex patron Gianmarco Calleri. «Gianni Mira è un pigmeo coi baffi», tuonò quando, ai primi del '96, il giornalista assunse la direzione di "Tuttosport". Tra i due non correva buon sangue e Calleri pensò bene di mostrare subito il cartellino rosso a tutti i suoi redattori. Una strada che anche i suoi successori sono stati lieti ad imboccare. A tutt'oggi sono squalificati i cronisti della "Stampa", di "Repubblica" e di "Tuttosport". Una decina di giorni fa Massimo Granellini, sulla "Stampa", aveva rivolto un invito ironico: «Anonimo riccone», era la sua scherzosa invocazione, «compra il Torino e salva». Il giorno dopo al campo di Orbassano, sede dell'allenamento, un cronista del quotidiano torinese veniva apostrofato dall'addetto stampa Gabriele Chiumentoni, con l'indice puntato verso l'uscita: «Da oggi, voi della "Stampa", non entrate più».

Pierluigi Ficoneri

LITI DI CAMPANILE

San Cesare aiutami tu

Albertini si sente preso di mira dal "Corriere". E si appella all'editore. Invano

È PASSATO RAPIDAMENTE DAL- lo stupore all'indignazione il sindaco di Milano Gabriele Albertini vedendo dilagare sulle pagine di cronaca del "Corriere della Sera" attacchi e troncò al suo operato e a quello della giunta. Lui, che era stato presentato come il candidato della Fiat, credeva di aver dritto a un occhio di riguardo da parte del principale quotidiano milanese.

E così, per domare la cronaca cittadina del "Corriere", Albertini ha deciso di imitare Winston Churchill che non parlava con i giornalisti ma solo con gli editori. Per cominciare, ha raccolto in un dossier tutti gli articoli critici, o addirittura polemici, apparsi negli ultimi mesi sul "Corriere", e li ha spediti a Paolo Panzani, direttore delle relazioni esterne della Fiat, ma anche suo buon conoscente da quando quest'era direttore dell'Unione industriale di Torino.

Il sindaco si aspettava che questo passo sortisse qualche effetto, ma le pagine di cronaca del quotidiano milanese hanno continuato a prendersi di mira, come se dal Lingotto non fosse partita nessuna segnalazione verso via Solferino.

Nelle ultime settimane, particolarmente sarcastica è stata l'accoglienza riservata dal "Corriere" alla proposta di Albertini di far pagare gli straordinari dei vigili a chi intendesse manifestare nelle vie di Milano; ma non meno aspri sono risultati i giudizi su alcuni assessori che s'erano spinti a escludere una giunta come Giorgio Strehler dalla gestione del Piccolo Teatro.

Sempre più indispettito, il sindaco ha allora deciso di rivolgersi ancora più in alto. L'occasione gli è stata offerta da un incontro con il presidente della Fiat Cesare Romiti, avvenuto mercoledì 1 ottobre a palazzo Marino. Dopo aver affabilmente parlato dei vari progetti del Comune e del futuro delle



Ferruccio De Bortoli



Gabriele Albertini

arex industrial che la Fiat possiede a Milano, Albertini ha affrontato lo spinoso argomento delle reiterate critiche che comparivano con frequenza a lui sospesa sulle pagine del "Corriere della Sera".

Un, mossa a dir poco avventata, anche considerando il coro unanime di critiche che qualche tempo prima aveva accompagnato la scoperta che il ministro del Commercio Estero Augusto Fantozzi si era rivolto al commercialista Sergio Melpignano perché, a sua volta, questi intercedesse sull'editore del "Messaggero" (Franco Callagrone) e potesse fine agli attacchi di cui era oggetto appunto Fantozzi (per i suoi rapporti con la Philip Morris).

Tutt'altro stile ha sfoggiato invece Silvio Berlusconi quando, mercoledì 24 settembre, ha letto un fondo del "Corriere" firmato da Francesco Merlo e intitolato "Solitudine", che si concludeva con un affondo alquanto pesante: «Berlusconi si sta consumando tra le sue zucche, e mille mormorii ci dicono che è malato, proprio come avveniva con Craxi negli interminabili anni del crepuscolo politico». Ebbene, il cavaliere non ha fatto ricorso agli editori, ma ha alzato il telefono e ha protestato direttamente per l'editoriale di prima pagina al direttore Ferruccio De Bortoli.

R.D.R.

GIORNALI / SVOLTA AL "24 ORE"

La mia squadra al Sole

Dopo dieci mesi, il direttore del quotidiano della Confindustria cambia tutto lo staff. Mentre aumentano le vendite

PER DIECI MESI HA LASCIATO stare tutto com'era. Poi si è mosso con grande determinazione. Ernesto Auci, fortemente voluto da Cesare Romiti alla direzione del "Sole 24 Ore", ha cominciato a costruire la sua squadra. Approfitrando delle improvvise dimissioni di Sergio Luciano, che ha lasciato la responsabilità della redazione Finanza per passare alla guida dell'economia di "Repubblica", Auci ha nominato il suo posto Franco Locatelli. Milanese, da vent'anni a Roma (prima alla redazione del quotidiano "Bresciaoggi" e poi in quella del "Sole"), Locatelli da anni coordina i servizi della capitale del quotidiano della Confindustria. Trova una sezione in crescita, soprattutto per le nuove iniziative ("Settimana finanziaria" e "Risparmio e famiglia") che, secondo l'azienda, hanno portato 20 mila copie in più in sabato e la domenica. Ma trova anche una redazione che, qua e là, resta segnata dalle vecchie

polemiche sull'inchiesta "petre pulite". Nel comunicare la nomina alla redazione lunedì 13 ottobre, Auci ha confermato la sua volontà di valorizzare le risorse interne. Scelta molto popolare in tutte le redazioni. Di qui la designazione di Massimo Baravelli, altro giornalista che, anni fa, lavorò all'ufficio stampa della Fiat, alla direzione di Radiocor, l'agenzia di stampa che il "Sole" comprò dalla Olivetti per 46 miliardi. Un investimento che ancora attende un adeguato ritorno economico. È probabile che Auci non si fermi qui se vuole imprimere il proprio segno a un quotidiano che, intanto, continua ad aumentare le vendite: 367 mila copie a settembre, più 6,3 per cento rispetto allo stesso mese del '96.



Ernesto Auci

GIORNALI / L'UNITÀ

Carissimo Diario

Il settimanale di Deaglio va in edicola da solo. Con 32 pagine in più e prezzo doppio

NON HA ANCORA DUE ANNI E già fa l'adolescente inquieto. Il "Diario della Settimana" di Enrico Deaglio esce di casa dicendo addio a mamma "Unità", alla quale era abbinato il mercoledì, e dal 29 ottobre si presenta in edicola da solo sette giorni su sette. Il giorno di uscita non cambia, ma raddoppia il prezzo, da 1.500 a 3.000 lire. E cresce la foliazione. Il settimanale verrà impacchettato con eleganza in un involucro esterno di 32 pagine extra intitolate "Agenzia della settimana": conterranno tutto

Enrico Deaglio



ciò che in sette giorni si potrà leggere, vedere, ascoltare, visitare, più una dose di "leisure" variamente intesa.

Mollare mamma e dirsi addio non sarà cosa indolore. Le attuali 90 mila copie di diffusione media saranno, nella prima fase, indifendibili. Finora tre quarti dei lettori acquistavano il "Diario" insieme all'"Unità", e solo i restanti lo compravano da solo, seppur con tendenza a crescere. Le ricerche di mercato dell'editore, la Radiosa Aurora di Luca Formenton e Amato Mattia, autorizzano a un certo ottimismo, visti anche i livelli di pubblicità garantiti dalla Pubblicompass.

Il settimanale di Deaglio è venduto soprattutto in Lombardia, Veneto e Lazio, e soffre un po' al Sud. I lettori sono ben distribuiti tra uomini e donne; sono lettori prevalentemente urbani, con elevato livello d'istruzione, e superiori ai trent'anni. Un problema irrisolto è la chiusura in tipografia (il venerdì) troppo anticipata rispetto al mercoledì di uscita: l'ultimo numero del 15 ottobre (chiuso il 10), dà Prodi kaputt, tondando clamorosamente l'esito positivo della crisi.

E.A.