



I NOSTRI TEMPI. DALLA TELEVISIONE A INTERNET.



SOMMARIO

1) L'ASCESA DEL «PRIVATO» SUL «PUBBLICO».....	2
2) «IL GIORNALE» DI MONTANELLI «LIBERAL'INDUSTRIALE».....	6
3) «LA REPUBBLICA» «LIBERAL METROPOLITANO».....	8
4) LA TELEVISIONE CERCA MAGGIORI LIBERTÀ'.....	10
5) L'ASCESA DI MEDIASET.....	13
6) LA STAMPA FEMMINILE ILLUSTRATA, LE FONDAMENTA DELLA TV.....	16
7) STAMPA SPORTIVA: STAMPA ILLUSTRATA MASCHILE.....	18
8) ANNI OTTANTA.....	24
9) ANNI NOVANTA.....	27
10) GLI ATTUALI GRUPPI EDITORIALI.....	30
11) STAMPA PERIODICA, CATTOLICA E DI PARTITO.....	33
12) NUOVI MEDIA E INTERNET.....	38
13) I VECCHI MEDIA SI ADATTANO: LA «MEDIAMORFOSI».....	39
14) IL GIORNALISTA NAVIGATORE DELLA «MEDIAMORFOSI».....	41
15) PAROLA AI NUMERI.....	42
16) CONCLUSIONE: IL GIORNALISTA È «TRIMEZZATO».....	44



1) L'ASCESA DEL «PRIVATO» SUL «PUBBLICO».

Abbiamo visto quindi che per quanto riguarda l'editoria, l'innovazione tecnologica e l'informazione, Milano ha da sempre rappresentato un riferimento che non è possibile ignorare. Abbiamo anche visto che gli avvicendamenti per il controllo delle testate sono stati numerosi e soprattutto la tendenza è di avere non molti proprietari che gestiscono il panorama editoriale nazionale. Gruppi oligarchici, vicini ora a una forza ora all'altra, però ben identificabili e conosciuti. Durante il periodo noto come “anni di piombo” grande fù l'influenza del settore petrolchimico, visto il peso delle crisi petrolifere che conferirono agli idrocarburi valenza monetaria e a chi li gestiva potere decisionale. Prima Mattei, poi il successore Cefis e quindi la Montedison saranno determinanti in numerosi asset nazionali. Tra questi il «Corriere della Sera», il quale aveva annoverato tra i suoi proprietari il petroliere Angelo Moratti, e intanto grazie alla sua continuità e alle firme che avevano contribuito al suo sviluppo era diventato una istituzione.

Prima della definitiva affermazione di **Pier Leone Mignanego** giornalista genovese meglio noto come **Piero Ottone** nel 1972 erano passati alla direzione del quotidiano di via Solferino **Alfio Russo** e **Giovanni Spadolini**, particolarmente dal 1968 durante la parentesi degli esperimenti governativi di centro-sinistra. Piero Ottone seguì una linea di rottura con quella esperienza seguendo gli interessi della borghesia industriale e, volgendo al contempo lo sguardo verso il disagio sociale e il malaffare politico.

Questo nuovo taglio editoriale si sposava con la partecipazione di firme importanti ritenute “scomode” come quella di **Pier Paolo Pasolini** e la valorizzazione di giovani giornalisti come **Raffaele Fiengo**, **Giampaolo Pansa**, **Massimo Riva**, **Giuliano Zincone**, esperimento che costò a Ottone l'epiteto di «filocomunista». Molti giornalisti addirittura abbandonarono, come ad esempio **Carlo Laurenzi**, **Mario Cervi**, **Enzo Bettiza** i quali seguirono Montanelli a «Il Giornale».

Bettiza accusò Ottone di trasformare il «Corriere della Sera» da “officina di notizie” a “ministero dell’educazione civile”. Ottone era supportato dalla proprietà che negli anni ’70 era nelle mani della RCS. Rizzoli era un editore “puro” e garantì al quotidiano l’apporto di personaggi accademici come **Enzo Biagi** e **Alberto Ronchey**. Nel 1976 nonostante i problemi finanziari, il gruppo cercò di consolidare le proprie posizioni attraverso accordi con la DC, l’acquisto di **TELEMALTA** una televisione estera ma tutta italiana e la gestione del quotidiano napoletano «**Il Mattino**». Insieme a queste operazioni RCS controllava anche La «Gazzetta dello Sport» di Milano, «Alto Adige» di Bolzano, «Il Piccolo» di Trieste, «Il Lavoro» di Genova. Spese che richiesero **consistenti ricapitalizzazioni del gruppo** (soprattutto nel 1977 per la cifra di circa 20 miliardi di Lire), **Umberto Ortolani** per **Paul Marcinkus** dello IOR, **Roberto Calvi** presidente del **Banco Ambrosiano Veneto** e **Licio Gelli** capo della P2 i nomi più importanti.

Bruno Tassan Din diventava nuovo direttore generale del gruppo insieme ad **Angelo Rizzoli**, Ottone veniva sostituito con **Franco Di Bella**, uomo di Ortolani e Gelli. Si dava il via a un **telegiornale dal nome “Contatto”** da diffondere in Italia per cassetta (esperienza interrotta da una sentenza della Corte Costituzionale che ribadiva il Monopolio della RAI). Un’altra esperienza stroncata sul nascere fù quella del tabloid «**L’Occhio**» di **Maurizio Costanzo**, **Augusto Macchi** e **Alberto Tagliati** fondato nel 1979 ispirato al «**Daily Mirror**». Durò fino al 1981 perché gravato da gravi deficit. Fù tentato il salvataggio attraverso finanziamenti pubblici, ma gli appoggi pur influenti di Rizzoli a nulla valsero contro le rimostranze del nascente quotidiano «La Repubblica». La vicenda de «L’Occhio» fù emblematica perché entrarono in scena per il salvataggio i banchieri Calvi, il «venerabile» Gelli e lo IOR. **Arnaldo Forlani** nel 1981 rese pubblica la lista dei nominativi iscritti alla P2 di Gelli e rinvenuta dopo una perquisizione nella sua abitazione di **Castiglion Fibocchi(AR)**. Tra questi figuravano nomi importanti dell’economia come l’astro nascente **Silvio Berlusconi**, editori e giornalisti quasi tutti della RAI come **Roberto Ciuni**, **Maurizio Costanzo**, **Paolo Mosca**, **Roberto Gervaso** e lo stesso direttore del «Corriere della Sera» Franco Di Bella. Dopo queste rivelazioni il quotidiano perse circa 100'000 copie di tiratura e molti giornalisti passarono a «La Repubblica» che grazie a firme importanti come quella di Gianni Brera nel 1985 arrivò a cifre vicine alle 400'000 unità. «Il Giornale» di Montanelli non ebbe



ricadute simili viste le sue posizioni liberali anche se nacque proprio per contrastare il primato del quotidiano di via Solferino a Milano che evidentemente stava prendendo una strada diversa.

Nel 1968 erano passati alla direzione del quotidiano di via Solferino Giovanni Spadolini(sotto) e Alfio Russo. Dal 1972 alla direzione fù chiamato Pier Leone Mignanego giornalista genovese meglio noto come Piero Ottone(a sotto a destra). Erano gli anni del penta-partito o del «pluralismo polarizzato» .



Pier Paolo Pasolini,Raffaele Fiengo,
Giampaolo Pansa,Massimo Riva,Giuliano Zincone. Firme che diedero al quotidiano l'epiteto di «filocomunista».



Molti giornalisti addirittura lasciarono il quotidiano, come ad esempio Carlo Laurenzi(con la giacca bianca), Mario Cervi, Enzo Bettiza che seguirono Montanelli a «Il Giornale».



Ottone era supportato dalla proprietà che negli anni '70 era nelle mani della RCS. Rizzoli era un editore “puro” e garantì al quotidiano l'apporto di personaggi di peso come Enzo Biagi e Alberto Ronchey.





Nel **1976** nonostante i problemi finanziari, RCS cercò di consolidare le proprie posizioni attraverso accordi con la **DC**, l'acquisto di **TELEMALTA** (una televisione estera ma tutta italiana) e la gestione del quotidiano napoletano **«Il Mattino»**.



IL MATTINO

il gruppo RCS aveva preso parte a molti CdA di quotidiani, operazioni che avevano richiesto **consistenti ricapitalizzazioni del gruppo che trovò** con l'ausilio di **Umberto Ortolani** e **Paul Marcinkus** dello **IOR**, di **Roberto Calvi** presidente del **Banco Ambrosiano** e di **Licio Gelli** capo della **P2**.



Bruno Tassan Din diventava nuovo direttore generale del gruppo insieme ad **Angelo Rizzoli**, Ottone veniva sostituito con **Franco Di Bella**(nella foto a destra e il primo da sinistra), uomo di Ortolani e Gelli.



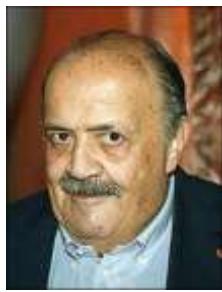
RCS e la cordata di cui sopra stavano lavorando a un network nazionale alternativo a quello statale, costruito sulle piccole emittenti locali. E' il caso di PIN ([PrimaReteIndipendente](#)), che diffondeva in Italia per **cassetta**, substrato su cui si sviluppò CANALE5. **Programma di punta** il **telegiornale dal nome "Contatto"** diretto da Costanzo.





Un'altra esperienza stroncata sul nascere fù quella del tabloid [«L'Occhio»](#) di [Maurizio Costanzo](#) fondato nel [1979](#) con [Augusto Macchi](#) e [Alberto Tagliati](#) ispirato al [«Daily Mirror»](#).

In Ascesa il quotidiano [«La Repubblica»](#).



[Arnaldo Forlani](#) nel [1981](#) rese pubblica la lista dei nominativi che facevano capo alla P2, tra questi [Silvio Berlusconi](#)(qui molto giovane), editori e giornalisti quasi tutti della RAI come [Roberto Ciuni](#)(sotto Forlani è quello di destra), Maurizio Costanzo, [Paolo Mosca](#)(terzo da sinistra nella foto) e [Roberto Gervaso](#).





2) «IL GIORNALE» DI MONTANELLI «LIBERAL'INDUSTRIALE».

Dunque il cambiamento di linea del «Corriere della Sera» aveva giustificato la creazione di un nuovo quotidiano nel capoluogo lombardo. Nasceva quindi **«Il Giornale Nuovo»** fondato a Milano nel **1974** da **Indro Montanelli** e diretto da lui stesso fino alla sua morte nel **1994** poi sostituito da **Vittorio Feltri**.

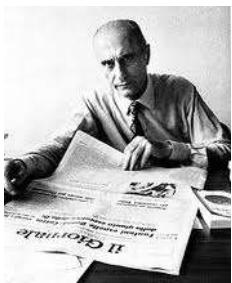
La “strategia della tensione” aveva costretto da una parte a dividere nel quotidiano di via Solferino le forze più o meno conservatrici. Ma il dato di fatto è che con la creazione del nuovo quotidiano la borghesia industriale aveva finito per controllare nuovamente il quotidiano, la cui storia era legata profondamente all’industria. Per contro Montanelli aveva nello stesso tempo rinsaldato i suoi rapporti con l’amico **Enzo Bettiza, Gianni Granzotto ex-AD della RAI e presidente della FIEG** e con lo **scrittore Guido Piovene**. Come detto l’obiettivo era di prendere le distanze dalla linea che stava prendendo il «Corriere della Sera» di Ottone, ma per certi versi anche dalla «Stampa» di Torino. A sostenere questo progetto molti editori, ma soprattutto l’appoggio di **Montedison** e del suo direttore **Cefis**.

Montanelli aveva dato al giornale una certa impostazione editoriale «nuova», con gli articoli di prima pagina che erano «completi», ovvero non avevano rimandi all’interno del giornale e poi pagine intere dedicate alle corrispondenze con i lettori. L’aggettivo «Nuovo» restò fino al **1983** per distinguersi dal varesino «Il Giornale».

Il quotidiano di Montanelli ebbe da subito gran successo grazie da una parte all’indubbio carisma del giornalista e da un’altra alla netta scelta di campo anti-comunista e avversa al «compromesso storico». Le tirature con il tempo si stabilirono sulle 200'000 copie. Nel **1977** **Indro Montanelli subì un attentato rivendicato dalla colonna terroristica delle Brigate Rosse Walter Alaisia**. In quel momento il consiglio di amministrazione del giornale era formato da Guido Piovene(presidente), Gianni Granzotto(a.d.), Indro Montanelli(direttore), Enzo Bettiza, **Gian Galeazzo Biaffi Vergani, Renzo Trionferta e Cesare Zappulli**. E’ successivamente a quell’evento che fece la sua comparsa Silvio Berlusconi acquistando prima il 12% dell’azienda, poi il 30% nel 1979 arrivando fino al 90% successivamente.

Nasceva quindi **«Il Giornale Nuovo»** fondato a Milano nel **1974** da **Indro Montanelli** e diretto da lui stesso fino alla sua morte nel **1994** poi sostituito da **Vittorio Feltri**.

Montanelli creava le basi della nuova esperienza sui rapporti con l’amico **Enzo Bettiza, Gianni Granzotto** ex-AD della RAI e presidente della FIEG e con lo scrittore **Guido Piovene**.





A sostenere questo progetto molti editori, ma soprattutto l'appoggio di [Montedison](#) e del suo direttore [Cefis](#).



Nel [1977](#) Indro Montanelli subì un attentato rivendicato dalla colonna terroristica delle [Brigate Rosse Walter Alaisia](#).



In quel momento il consiglio di amministrazione del giornale era formato da Guido Piovene(presidente), Gianni Granzotto(a.d.), Indro Montanelli(direttore), Enzo Bettiza, [Gian Galeazzo Biazz Vergani](#), [Renzo Trionfera](#) e [Cesare Zappulli](#).



E' successivamente a quell'evento che fece la sua comparsa [Silvio Berlusconi](#) acquistando prima il 12% dell'azienda, poi il 30% nel [1979](#) arrivando fino al 90% successivamente.





3) «LA REPUBBLICA» «LIBERAL METROPOLITANO».

Parallelamente a «Il Giornale» nasceva «La Repubblica», entrambi di orientamento liberale, ma il secondo rivolto a un elettorato di centro-sinistra. Nel **1975** i 76 quotidiani raggiungevano una tiratura totale di 4 milioni, cifre comunque basse rispetto a quelle europee.

Fondato nel **1976** da **Eugenio Scalfari** e **Carlo Caracciolo** si ispirò sin dall'inizio alle esperienze del «new journalism» americano, formato tabloid, contenuti rivolti molto all'opinione e limitazione degli spazi sportivi. Il pubblico al quale intendeva rivolgersi era una platea qualificata sotto il profilo culturale, sociale e politico(docenti, liberi professionisti, impiegati e tecnocrati). Sulla scia delle esperienze della «Gazzetta del Popolo» di Torino, adottò quell'approccio “settimanale” che contraddistingueva i rotocalchi caratterizzati dall'uso di tecniche tipografiche avanzate per la stampa di fotografie a colori.

Non particolarmente avulso ai «fatti» il quotidiano di Scalfari si distingueva per la scelta di notizie caratteristiche della giornata che approfondiva e spalmava su varie pagine interpretandole.

Come ha scritto **Vittorio Zucconi** «La Repubblica» riuscì a intercettare quel sentimento tipico di certe fasce della popolazione che riuscivano a mischiare il sacro con il profano, il qualunquismo al radicalismo, lo snobismo culturale allo sberleffo. Insomma riuscì a incanalare la tendenza dell'italiano medio ad avere atteggiamenti spesso controversi e altalenanti, ma sempre opposti e paralleli.

In più però l'approccio di Scalfari ereditato da quello di Amicucci è, ed era, quello di seguire il lettore quotidianamente per avere un ritorno, una sua posizione e una opinione personale. Molti i “magazines” settimanali proposti a partire dal **1987**, e addirittura mensili come **XL** a partire dal **1996**. Anno in cui la direzione passa a **Ezio Mauro** proveniente dalla «Stampa» di Torino, il quale ampliò la portata mediatica del quotidiano creando il sito Repubblica.it e successivamente dal **2006** Repubblica TV, insieme al contributo di sociologi e politologi, economisti e storici. Fù tra i primi quotidiani a utilizzare la pratica della vendita di libri abbinati al quotidiano.

Parallelamente a «Il Giornale» nasceva «La Repubblica». Fondato nel **1976** da **Eugenio Scalfari** e **Carlo Caracciolo**.

Come ha scritto **Vittorio Zucconi** «La Repubblica» riuscì a intercettare quel sentimento tipico di certe fasce della popolazione che riuscivano a mischiare il sacro con il profano, la destra con la sinistra.





Molti i “magazines” settimanali proposti a partire dal 1987, e addirittura mensili come XL a partire dal 1996.



Dal 1996 la direzione passa a Ezio Mauro proveniente dalla «Stampa» di Torino, il quale amplia la portata mediatica del quotidiano creando il sito Repubblica.it e successivamente dal 2006 Repubblica TV. Fedele alla tradizione che vuole Torino capofila dell’innovazione tecnologica.





4) LA TELEVISIONE CERCA MAGGIORI LIBERTÀ'.

Abbiamo quindi visto che queste nuove esperienze tipografiche riscossero grande successo, viste le “novità” che introducevano. Per quanto riguarda la televisione rimaneva molto vincolata ai controlli ministeriali di **Poste e Telegrafi**. Situazione appena scalfità negli [anni Sessanta](#) con le esperienze dei [governi di centro-sinistra](#). Tra i modelli di televisione presenti, quello controllato o dall'esecutivo o dal Parlamento o dal sistema partitico in modo proporzionale o quello teso a rappresentare i gruppi sociali più rilevanti o quello totalmente svincolato dalle forze politiche. L'Italia ha progressivamente adottato i modelli “politici”.

Già dal **1960** era nata la Tribuna politica per dare voce a tutte le forze presenti, anche se ben presto quelle minoritarie si accorsero di avere spazi molto limitati. Da ricordare l'intervento del segretario del PLI **Giovanni Malagodi** nei confronti del ministro delle Poste e delle Telecomunicazioni **Guido Corbellini** in cui denunciava la mancanza di contraddirittorio in una Tribuna politica che dibatteva sull'energia elettrica.

Questa richiesta di maggiori libertà mediatiche continuava e presto nascevano nuovi canali per dare voce alle diverse forze politiche presenti nel paese. Nel **1961** al **TG1** arrivava **Enzo Biagi** e si avvertì una certa «aria nuova», anche se l'anno successivo la sua esperienza terminò. Nel **1962** nasceva **RAIDUE** e il telegiornale veniva affidato a **Ugo Zatterin**. Temi sociali e del lavoro caratterizzavano il secondo canale televisivo. Anche RAIUNO si adattava ai nuovi tempi nel periodo delle agitazioni studentesche, migliorando anche il proprio organico, da ricordare le corrispondenze da New York di **Ruggero Orlando** e il suo incipit:«Qui Nuova York, vi parla Ruggero Orlando». Nel **1963** nasceva il capostipite di tutti i settimanali televisivi **“TV7”**, finestra sui fatti settimanali e strumento di approfondimento in campo sociale e politico. Contestualmente nel campo sportivo nasceva **“Il Processo alla tappa”** per commentare e seguire il giro d'Italia, e dal **1970** **“90° minuto”** storico programma calcistico che dava i risultati e le immagini della giornata calcistica, quasi in tempo reale. Riguardo alla politica, con la legge **103 del 14 aprile 1975**, denominata **“nuove norme in maniera di diffusione radiofonica e televisiva”**, la caratterizzazione della **RAI come latifondo democristiano** fù concretamente modificata. E come detto dal governo il controllo passò prima al Parlamento attraverso una commissione di vigilanza, poi al sistema partitico mediante la creazione di un consiglio di amministrazione che avrebbe dovuto rappresentare tutte le maggiori forze politiche. Infine fù creata **RAITRE** affidata a **Giuseppe Rossini uomo di Fanfani**, il cui scopo era di riequilibrare il peso dei vari partiti e dare maggiore spazio alle redazioni regionali. Il tentativo era quello di porre fine a un modello di giornalismo legato così strettamente al potere creando un minimo di pluralismo seppur caratterizzato da **logiche spartitorie che negli anni Ottanta diventarono manifeste**. Il **“TG1”** era feudo esclusivo della **DC**, da questi era nato il **“TG2”** vicino al **PSI** di Craxi e il **“TG3”** attivato nel **1979** sotto la guida di **Biagio Agnes e Sandro Curzi**, l'arena dove si venivano a incontrare le altre forze politiche e soprattutto le forze più vicine al territorio come il **PCI**, grazie al lavoro delle varie **redazioni regionali**.



Già dal **1960** era nata la [Tribuna politica](#) per dare voce a tutte le forze presenti. Da ricordare l'intervento del segretario del PLI [Giovanni Malagodi](#) nei confronti del ministro delle Poste e delle Telecomunicazioni [Guido Corbellini](#).



Nel **1961** al **TG1** arrivava [Enzo Biagi](#) e si avvertì una certa «aria nuova», anche se l'anno successivo la sua esperienza terminò. Nel **1962** nasceva [RAIDUE](#) e il telegiornale veniva affidato a [Ugo Zatterin](#). RAIUNO non era da meno, da ricordare le corrispondenze da New York di [Ruggero Orlando](#). Nel **1963** nasceva il capostipite di tutti i settimanali televisivi [“TV7”](#).



Nel campo sportivo nasceva [“Il Processo alla tappa”](#) per commentare e seguire il giro d'Italia, e dal **1970** **“90° minuto”** storico programma calcistico.



Infine fù creata [RAITRE](#) affidata a [Giuseppe Rossini](#) uomo di [Fanfani](#).



logiche spartitorie che negli anni Ottanta diventarono manifeste. Il **“TG1”** era feudo esclusivo della DC,



Dal **TG1** era nato il **“TG2”** vicino al [PSI](#) di Craxi segretario dal **1976**.



Storia del giornalismo. Estratto da: M. F. – “Informazione e Potere” – E.L.



Nel **1979** nasceva il **“TG3”** sotto la guida di **Biagio Agnes** e **Sandro Curzi**, vicino a **PCI** e alle forze minori.

tG3





5) L'ASCESA DI MEDIASET.

A partire dagli **anni Settanta** insieme allo sviluppo del “localismo” si andava affermando la Radio come mezzo che garantiva un maggiore contatto con il territorio, perché meno costosi e più accessibili anche ai piccoli commercianti gli spazi pubblicitari. Tra le prime «radio libere» sperimentali **Radio Parma** a partire dal dicembre **1974** e la musicale **Radio Milano International** dal **marzo 1975**, a queste si vennero presto ad affiancare altre emittenti più politicamente impegnate e vicine ai vari movimenti. Tra queste molte ebbero vita breve altre per contro continuano tutt'oggi come **Radio Popolare Network** di Milano e **Radio Radicale** di Roma.

La sentenza costituzionale del **luglio 1976** favorì il diffondersi di radio e televisioni di portata locale con migliaia di televisioni e centinaia di nuove radio, con palinsesti spesso riempiti in modo approssimativo. Come sempre è avvenuto nel passato la diffusione di strumenti tecnologici più alla portata di tutti favorisce l'accesso ai nuovi mezzi riducendo le differenze con le grandi emittenti. Nel **1977** la RAI passa dal bianco e nero al colore, ambiente ideale per l'emittenza privata, che ben presto utilizzerà come piattaforma commerciale.

Questo contesto in cui le tecnologie non erano più unicamente a disposizione dell'emittenza statale “favorì” la creazione di un pluralismo, dove evidentemente i costi per competere con la RAI erano comunque alti e alla portata di pochi, ma comunque già la possibilità di trasmissione libera era una conquista. L'inserimento inoltre del telecomando contribuiva ad abbattere il monopolio al quale il pubblico e l'azienda stessa si era abituata, perché le trasmissioni dovevano essere attrattive. Quindi veniva meno il ruolo di educatore unico con il quale l'azienda era cresciuta. Così i media iniziano a diventare un riflesso della vita politica e un campo di lotta condizionando i tempi stessi della politica. A livello radiofonico il sorpasso del settore privato su quello radiofonico avvenne nel **1987**, esclusi i momenti storici di lunga durata come la **guerra del Golfo del 1991** in cui la RAI continuava ad avere il primato degli ascolti.

Nel **1983** nasceva **Radio Maria** inizialmente emittente locale di un comune di Como, dal **1987** diventava una Associazione e poi dal **1998 Famiglia mondiale Radio Maria**. A livello televisivo la lotta per infrangere il monopolio continuava, e insieme ad alcuni segnali di televisioni estere captabili come **Telecapodistria**, **Telemontecarlo**, **Antenne2**, si sviluppavano interessanti esperienze televisive cittadine. Tra le prime reti cittadine **TeleBiella** del **1971**, che favorì l'emissione della sentenza 202 della Corte costituzionale del **1976** che aprì la strada alla liberalizzazione delle emittenti televisive locali.

Queste sono le premesse per le prime emittenti private a livello nazionale, infatti presto importanti gruppi finanziari si interessarono al fenomeno e dal **1982 Mondadori** insieme a **Carlo Perrone**, **Carlo Caracciolo** e **Mario Ciancio** diedero vita a **RETE4**, e contestualmente l'editore **Rusconi** a **ITALIA1**.

Intanto cresceva **Silvio Berlusconi** e il suo patrimonio grazie a importanti operazioni nel settore immobiliare e nel **1974** aveva fatto nascere **TeleMilano** via cavo e poi dopo il passaggio all'etere **TeleMilano58** un network privato interno a un complesso residenziale per facoltose famiglie di Milano2. Berlusconi aveva di fatto iniziato ad operare sull'emittenza locale al fine di creare un network nazionale grazie all'intelligente soluzione di trasmettere con le cassette VHS contemporaneamente in tutta Italia. Il modello di riferimento era quello della televisione commerciale americana di svago e intrattenimento. Nel **1980** sulla base dell'esperienza di Telemilano58 grazie anche alle numerose esperienze locali come PIN e molte altre nasce **CANALE5** ammiraglia del gruppo **MEDIASET**, che tra il **1982** e **1984** acquista **RETE4** e **ITALIA1**, diventando di fatto l'unica alternativa alla televisione di stato. Nel **1985** Craxi regolamenta questa nuova situazione con la **legge 10 del febbraio 1985** in cui un solo gruppo diventava soggetto egemone del panorama televisivo commerciale italiano e non più locale.



A partire dagli [anni Settanta](#) insieme allo sviluppo del “localismo” si andava affermando la Radio. Tra le prime «radio libere» sperimentali [Radio Parma](#) a partire dal dicembre [1974](#) e la musicale [Radio Milano International](#) dal [marzo 1975](#).



La sentenza costituzionale del [luglio 1976](#) favorì il diffondersi di radio e televisioni di portata locale. Nel [1977](#) la RAI passa [dal bianco e nero al colore](#).



Tra le radio politicamente impegnate molte ebbero vita breve altre per contro continuano tutt’oggi come [Radio Popolare Network](#) di Milano e [Radio Radicale](#) di Roma.



A livello radiofonico il sorpasso del settore privato su quello radiofonico avvenne nel [1987](#), esclusi i momenti storici di lunga durata come la [guerra del Golfo del 1991](#).



Nel [1983](#) nasceva [Radio Maria](#) inizialmente emittente locale di un comune di Como, dal [1987](#) diventava una Associazione e poi dal [1998 Famiglia mondiale Radio Maria](#). Si sviluppavano interessanti esperienze televisive cittadine.



A livello televisivo la lotta per infrangere il monopolio continuava, venivano resi disponibili i segnali di alcune televisioni estere come [Telecapodistria](#), [Telemontecarlo](#), [Antenne2](#),



TeleBiella del **1971**, significativo esperimento di televisione cittadina.



Dal **1982** **Mondadori** insieme agli editori **Carlo Perrone**, **Carlo Caracciolo** e **Mario Ciancio** danno vita a **RETE4**.



Rusconi da vita a **ITALIA1**.

RusconiLibri



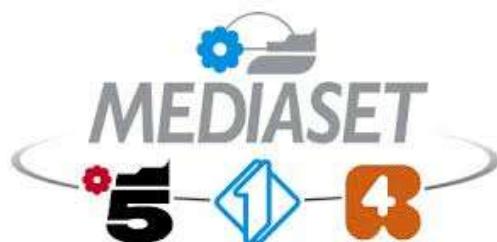
Intanto cresceva **Silvio Berlusconi**, nel **1974** aveva fatto nascere **TeleMilano** via cavo e poi dopo il passaggio all'etere **TeleMilano58**.



Nel **1980** sulla base dell'esperienza di Telemilano58 grazie anche alle numerose esperienze locali come PIN e molte altre, nasce **CANALE5** ammiraglia del gruppo **MEDIASET**.



MEDIASET, tra il **1982** e **1984** acquista **RETE4** e **ITALIA1** diventando egemone a livello commerciale in Italia .



Nel **1985** **Craxi** regolamenta la nuova situazione con la **legge 10 del febbraio 1985**. Milano continua a essere protagonista nel mondo dell'informazione.





6) LA STAMPA FEMMINILE ILLUSTRATA, LE FONDAMENTA DELLA TV.

Come abbiamo visto la televisione ha le sue fondamenta nella stampa illustrata dell'Ottocento.

Per quanto riguarda la stampa al femminile questo genere aveva iniziato a esistere dal **1781** a Firenze con il «**Giornale delle Dame**», in cui venivano impartiti alle signore borghesi consigli sul portamento da tenere in pubblico, sull'abbigliamento e sulle regole da seguire a teatro.

Durante l'Ottocento questa impostazione rimase perlopiù costante, fino al **1868** con il settimanale «**La Donna**» nato a Venezia per mano di **Gualberta Alaide Beccari**, che diede prova anche di un esplicito interesse per l'emancipazione femminile.

La stampa cattolica sul tema femminile ebbe in quegli anni un certo dinamismo con testate come «**Cordelia**» del **1881**, «**La Donna e La Famiglia**» del **1891**. Per riviste socialiste riguardanti il lavoro al femminile bisogna aspettare il **1912** con «**La Difesa delle Lavoratrici**».

Giornaliste donne in quegli anni erano veramente poche, **Matilde Serao** e **Olga Ossani Lodi** per fare qualche nome. Durante il ventennio fascista la situazione ebbe un certo sviluppo per arrivare alla cifra di 56 giornaliste femmine nel 1928, capofila della categoria **Margherita Sarfatti**.

In quegli anni se da una parte il fascismo propugnava un modello di «donna impegnata in casa» e «attenta alle esigenze della famiglia» per contro lasciava ampi spazi all'intraprendenza femminile e l'immagine della «donna sportiva», «letterata» e «consumatrice di moda» erano i modelli forse maggiormente diffusi tra i vari strati della società.

Il "bipolarismo" tra questi due tipi di donna continuò anche dopo la Liberazione. Il modello «madre di famiglia» fu diffuso oltre che dai giornali cattolici da riviste come «**Grazia**» e «**Annabella**». La donna di queste riviste era una persona non molto attratta dalla politica, ma appassionata di elettrodomestici e desiderosa di migliorare il proprio stile di vita. Il modello «donna impegnata nella società» veniva proposto da riviste di sinistra come «**La Compagna**» e «**Noi Donne**».

Con gli anni **Sessanta** l'attenzione per l'universo femminile cresce e molti sono i settimanali che cambiano veste o che nascono. Nel **1962** il «**Corriere della Sera**» propone alle donne un settimanale piuttosto moderno e culturalmente aperto come «**Amica**», «**La Stampa**» fù il primo a riservare una sezione interamente dedicata al mondo donna nel febbraio **1963**. Nel **1968** nasceva il trimestrale «**La Via Femminile**» la prima rivista apertamente femminista.

Alla fine degli anni **Settanta** numerose le iniziative editoriali per l'universo femminile, esempio il periodico «**Cosmopolitan**» di Mondadori del **1973**, «**Milleidee**» di Rizzoli del **1974**, «**Gioielli di Rakam**» di Rusconi del **1974**.

A partire da questo periodo anche i periodici femminili iniziano a interessarsi di politica visti i temi scottanti che in quei tempi erano dibattuti come il divorzio e l'aborto, tra le poche le riviste che si schierarono contro il divorzio popolare «**Alba**» delle **edizioni San Paolo** e «**Gioia**» di Rusconi. Si venne a diffondere e conoscere il modello di donna «nordeuropea» -tipico dei paesi industrializzati- desiderosa di indipendenza e disinibita verso le tematiche politiche e sessuali.

1781 il «**Giornale delle Dame**» di Firenze.
1868 il settimanale «**La Donna**» di Venezia per mano di **Gualberta Alaide Beccari**.

«**Cordelia**» del **1881**, «**La Donna e La Famiglia**» del **1891**. La rivista socialista del **1912** «**La Difesa delle Lavoratrici**».





Matilde Serao e **Olga Ossani Lodi** del periodo liberale, **Margherita Sarfatti** del periodo fascista.



Il modello «madre di famiglia» fu diffuso oltre che dai giornali cattolici da riviste come **«Grazia»** e **«Annabella»**.



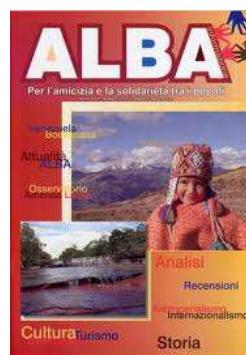
Il modello «donna impegnata nella società» veniva proposto da riviste di sinistra come **«La Compagna»** e **«Noi Donne»**.



Alla fine degli **anni Settanta**, **«Cosmopolitan»** di Mondadori del **1973**, **«Milleidee»** di Rizzoli del **1974**, **«Gioielli di Rakam»** di Rusconi sempre del **1974**.



«Alba» delle **edizioni San Paolo** e **«Gioia»** di **Rusconi** tra le poche riviste femminili contro l'aborto.





7) STAMPA SPORTIVA: STAMPA ILLUSTRATA MASCHILE.

Il fenomeno della stampa sportiva in Italia è un fenomeno che riesce a ingenerare un seguito di pubblico con tirature che arrivano a superare quelle dei maggiori quotidiani nazionali. Il fenomeno di questa portata inizia a partire dal secondo dopoguerra.

I primi quotidiani sportivi di un certo rilievo li abbiamo negli **anni Ottanta dell'Ottocento** con «**L'Eco dello Sport**» del **1881**, «**Lo Sport Illustrato**» del **1881** e «**La Rivista Velocipedistica**» del **1883**.

Negli **anni Novanta dell'Ottocento** abbiamo «**Il Ciclo**», «**Il Ciclista**» e il torinese «**La Tripletta**» i quali si riuniscono nel **1896** nel bisettimanale «**La Gazzetta dello Sport**».

All'Inizio del Novecento si affermano riviste come «**Tribuna Sport**» del **1902**, «**Guerin Sportivo**» nel **1912**, «**Lo Sport del Popolo**» nel **1913**, «**La Domenica Sportiva**» nel **1913** e «**Il Paese Sportivo**» nel **1919**.

Durante il fascismo lo sport ampliò in modo rilevante il suo seguito venendo utilizzato da parte del regime per veicolare **il messaggio propagandistico** e certi valori come quelli di «azione» o di «vittoria» o del «miglioramento della razza»; **le coreografie** sono capaci di creare suggestioni importanti. **I grandi nomi** dello Sport come **Costante Girardengo, Giuseppe Meazza, Silvio Piola, Tazio Nuvolari, Alfredo Binda e Primo Carnera** attirano numerose attenzioni. Il calcio in questo periodo ha particolare risonanza con la vittoria dell'Italia per due volte del campionato mondiale(1934 e 1938) e per una volta dell'oro olimpico (1936).

«Gazzetta Dello Sport».

La fortuna dei quotidiani sportivi continuò anche dopo il fascismo, «**La Gazzetta dello Sport**» nata nel **1896 inizialmente stampata su carta verde nel 1899 passa al rosa**. Si era dimostrata attenta a tutti i sport, ma in particolare al ciclismo, sport principe del tempo. «**La Gazzetta dello Sport**» oltre a fornire cronache si proponeva anche come organizzatrice di eventi sportivi. Nel **1905** organizzò una gara ciclistica, il **giro di Lombardia**. Nel **1907** la **Milano - Sanremo** e nel **1909** il **Giro d'Italia**. Nel 1908 diventò trisettimanale per diventare quotidiano nel 1913. Dopo un arretramento a bisettimanale durante la prima guerra mondiale, negli anni Venti grazie al tifo ciclistico da questa abilmente alimentato ebbe la sua definitiva consacrazione.

Durante la seconda guerra mondiale subì una interruzione, le pubblicazioni ripresero il **2 luglio del 1945** sotto la direzione di **Bruno Roghi** direttore anche tra il **1936 e 1943**. Gli succedettero **Emilio De Martino** dal **maggio 1947** e **Giuseppe Ambrosini** che dal **gennaio 1950** con il contributo di **Gianni Brera** giornalista dal taglio letterario impose al giornale uno stile meno retorico e sensazionalista.

Negli anni Settanta con il progressivo inserimento della televisione nel mondo dell'informazione anche «**La Gazzetta dello Sport**» si adegua. E' con **Gino Palumbo** giornalista campano che si fa strada il cosiddetto «dietro le quinte». Una sorta di sceneggiato a puntate che rende il lettore sempre più partecipe. Fino ad arrivare al **1982** dove l'Italia è campione del Mondo e «**La Gazzetta dello Sport**» giunge a tirature record di un milione.

Il successore **Candido Cannavò** sulla strada di Palumbo continua ad avere successi editoriali.

Corrispondente dalla Sicilia approda a Milano nel **1983** e il **25 maggio 1989** dopo la storica vittoria del Milan in Coppa dei Campioni le tirature arrivano al milione e mezzo. Quella barriera fù superata solo dieci anni più tardi con la vittoria a mondiali di calcio dell'Italia contro la Germania nel **2006** dove le tirature arrivarono addirittura a due milioni.

«Corriere dello Sport».

Il «**Corriere dello Sport**» nasce come trisettimanale nell'**aprile 1924** a Bologna per iniziativa di **Leandro Arpinati e Alberto Madel**. La sede era stata poi trasferita a Roma nel **1929**, intanto nel dicembre **1927** era diventato quotidiano con il nuovo nome «**Il Littoriale**» mantenuto fino alla caduta del fascismo. Il giornale con l'esplicito intento di non entrare in competizione con «**La Gazzetta dello Sport**» si era inizialmente focalizzato sul pugilato. Nel 1932 diventa testata nazionale, e dopo una



parentesi di gestione del CONI viene ceduto al conte **Alberto Bonacossa** editore de «La Gazzetta dello Sport».

Al momento della caduta di Mussolini il quotidiano era sotto la gestione diretta del PNF. Il 1 ottobre **1943** il quotidiano fù rilevato da **Umberto Guadagno**. Sospeso dopo l'entrata degli Alleati riprese le pubblicazioni sotto la guida di **Pietro Petroselli** sotto la precedente denominazione «Corriere dello Sport». Nel **1947** fù affidato a **Bruno Roghi**, proveniente da «La Gazzetta dello Sport» che mantenne la direzione fino al **1960** conferendo al quotidiano quello stile colorito, popolare e talvolta retorico. Nel **1961** con la morte dell'editore Guadagno l'azienda passa agli editori milanesi **Edilio Rusconi** e **Pietro Palazzi**, e dopo un triennio a un gruppo editoriale riconducibile a **Francesco Amodei**.

Nel **1966** alla direzione è chiamato **Antonio Ghirelli**. Il quotidiano assume una nuova veste grafica e arrivano giornalisti di talento come **Sergio Neri** e **Giorgio Tosatti**, il quale nel **1976** diventa anche direttore del quotidiano. Il «Corriere dello Sport» diventava il riferimento sportivo per il Centro-Sud. Intanto cresceva di importanza il quotidiano «**Stadio**» nato il **30 giugno 1945** a Bologna come settimanale e supplemento sportivo del «**Corriere dell'Emilia**» e diventato quotidiano nel marzo **1948**. Nel **1977** Amodei aveva acquistato la proprietà del quotidiano e decise la fusione tra i due giornali sportivi, nasceva il «**Corriere dello Sport - Stadio**», con due diverse edizioni una per il Nord verde e una per il Centro-Sud rossa, arrivando nel 1984 a tirature vicine alle 500'000 copie.

«TuttoSport».

«TuttoSport» di Torino terza testata sportiva nazionale, nacque nel **1945** grazie all'iniziativa del giornalista salernitano **Renato Casalbore** (morto nella tragedia di Superga nel **1949**) e **Cesare Fanti**. Inizialmente bisettimanale, divenne trisettimanale e poi quotidiano nel **marzo 1951** per iniziativa di **Massimo Piantelli** prima amministratore poi proprietario. Inizialmente dotato di struttura editoriale modesta, si distinse per il linguaggio limpido, l'eleganza grafica e la predilezione per il commento, e l'attenzione verso le notizie. Dal **1959** dopo l'arrivo del napoletano **Antonio Ghirelli** fù attraversato da una trasformazione piuttosto ampia che lo rese invece «indiscreto» e «popolare».

Grazie anche ai successi che contemporaneamente ottenevano le squadre torinesi Juventus e Torino aumentarono notevolmente le tirature. Durante la gestione di **Giglio Panza** dal **1962** al **1974** la linea del predecessore Ghirelli fù mantenuta consolidando le tirature ottenute fin lì. Nel **1974** arriva alla direzione **Gian Paolo Ormezzano** il quale attuò una certa riorganizzazione favorendo i rapporti reticolari stemperando l'impostazione autoritaria. TuttoSport iniziò a trattare tematiche non strettamente sportive.

All'inizio degli **anni Ottanta** «TuttoSport» tirava circa 100'000 copie. Nel **1982** arriva **Piero Dardanello** e alla fine del decennio le tirature raddoppiano con picchi al Centro-Nord. Nel **1995** la proprietà passa a una cordata di industriali guidati da **Amato Mattia**, e dopo una profonda revisione del quotidiano dal punto di vista grafico viene ceduto nel **1998** alla **famiglia Amodei**. Alla direzione arriva **Xavier Jacobelli** il quale seppe aumentare le tirature grazie anche a un offerta non esclusivamente localistica.

Dunque il settore sportivo come ci siamo potuti rendere conto ha rappresentato per decenni un motore non indifferente per l'informazione. Di questo fatto se ne sono accorti ben presto tutti i più importanti quotidiani nazionali che progressivamente hanno ampliato la propria offerta inserendo commenti e cronache sportive. L'opinione del lettore in questo settore è molto importante.

Il giornalista si divide tra i vari mezzi di comunicazione per intercettare il sentimento condiviso dalla grande platea degli appassionati sportivi. Nel tempo si sono venute a creare radio sportive e siti internet che rendono possibile l'interazione e la partecipazione di un numero sempre più rilevante di pubblico.



I primi quotidiani sportivi di un certo rilievo li abbiamo negli **anni Ottanta dell'Ottocento** con «**L'Eco dello Sport**» del 1881, **«Lo Sport Illustrato»** del 1881 e **«La Rivista Velocipedistica»** del 1883.



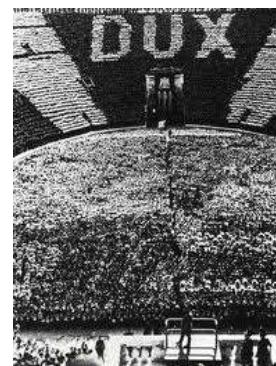
Negli **anni Novanta dell'Ottocento** abbiamo «**Il Ciclo**», «**Il Ciclista**» e il torinese «**La Tripletta**» i quali si riuniscono nel **1896** nel bisettimanale **«La Gazzetta dello Sport»**.



All'inizio del Novecento si affermano riviste come «**Tribuna Sport**» del **1902**, **«Guerin Sportivo»** nel **1912**, **«Lo Sport del Popolo»** nel **1913**, **«La Domenica Sportiva»** nel **1913** e **«Il Paese Sportivo»** nel **1919**.



il messaggio propagandistico e certi valori come quelli di «azione» o di «vittoria» o del «miglioramento della razza»; **le coreografie** sono capaci di creare suggestioni importanti.



Il calcio in questo periodo ha particolare risonanza con la vittoria dell'Italia per due volte del campionato mondiale (**1934** e **1938**) e per una volta dell'oro olimpico (**1936**).





«Gazzetta Dello Sport».

«La Gazzetta dello Sport» nata nel 1896 inizialmente stampata su carta verde nel 1899 passa al rosa.



«La Gazzetta dello Sport» si proponeva anche come organizzatrice di eventi sportivi. Nel 1905 organizzò una gara ciclistica, il **giro di Lombardia**. Nel 1907 la **Milano - Sanremo** e nel 1909 il **Giro d'Italia**.



le pubblicazioni ripresero il 2 luglio del 1945 sotto la direzione di **Bruno Roghi** direttore anche tra il 1936 e 1943. Gli succedettero Emilio De Martino dal maggio 1947 e Giuseppe Ambrosini (sotto a destra di Gronchi) dal gennaio 1950, con il contributo rilevante di Gianni Brera.



Negli anni Settanta con **Gino Palumbo** si fa strada il cosiddetto «dietro le quinte». Fino ad arrivare al 1982 dove l'**Italia è campione del Mondo** e «La Gazzetta dello Sport» giunge a tirature record di un milione.



Il successore Candido Cannavò approda a Milano nel 1983. Il 25 maggio 1989 dopo la storica vittoria del Milan in Coppa dei Campioni le tirature arrivano al milione e mezzo.



Con la vittoria ai mondiali di calcio dell'Italia contro la Germania nel 2006 le tirature arrivarono addirittura a due milioni.





«Corriere Dello Sport».

Il «Corriere dello Sport» nasce come trisettimanale nell'[aprile 1924](#) a Bologna per iniziativa di [Leandro Arpinati](#)(sotto) e [Alberto Madel](#).



Il giornale con l'esplicito intento di non entrare in competizione con «La Gazzetta dello Sport» **si era inizialmente focalizzato sul pugilato**. Nel [1932](#) diventa testata nazionale, e dopo una parentesi di gestione del CONI viene ceduto al conte [Alberto Bonacossa](#) editore de «La Gazzetta dello Sport».



Nel [1961](#) con la morte dell'editore Guadagno l'azienda passa agli editori milanesi [Edilio Rusconi](#) e [Pietro Palazzi](#), e dopo un triennio a un gruppo editoriale riconducibile a [Francesco Amodei](#)(sotto).



La sede era stata trasferita a Roma nel [1929](#), intanto nel dicembre [1927](#) era diventato quotidiano con il nuovo nome [«Il Littoriale»](#) mantenuto fino alla caduta del fascismo.



Al momento della caduta di [Mussolini](#) il quotidiano era sotto la gestione diretta del PNF. Il [1 ottobre 1943](#) il quotidiano fù rilevato da [Umberto Guadagno](#). Riprese le pubblicazioni sotto la guida di [Pietro Petroselli](#). Nel [1947](#) fù affidato a [Bruno Roghi](#)(sotto), che mantenne la direzione fino al [1960](#).



Nel [1966](#) alla direzione è chiamato [Antonio Ghirelli](#)(sotto). Il quotidiano assume una nuova veste grafica e arrivano giornalisti di talento come [Sergio Neri](#) e [Giorgio Tosatti](#)(sotto), il quale nel [1976](#) diventa anche direttore del quotidiano





Intanto cresceva di importanza il quotidiano **«Stadio»** nato il **30 giugno 1945** a Bologna come settimanale e supplemento sportivo del **«Corriere dell'Emilia»** e diventato quotidiano nel marzo **1948**.



Nel **1977** Amodei aveva acquistato la proprietà del quotidiano, nasceva il **«Corriere dello Sport - Stadio»**, con due diverse edizioni una per il Nord verde e una per il Centro-Sud rossa, arrivando nel **1984** a tirature vicine alle 500'000 copie.



«TuttoSport».

«TuttoSport» di Torino terza testata sportiva nazionale, nacque nel **1945** grazie all'iniziativa del giornalista salernitano **Renato Casalbore** (morto nella tragedia di Superga nel **1949**) e **Cesare Fanti**.



Inizialmente bisettimanale, divenne trisettimanale e poi quotidiano nel **marzo 1951** per iniziativa di **Massimo Piantelli**. Dal **1959** dopo l'arrivo del napoletano **Antonio Ghirelli** (sotto) fu attraversato da una trasformazione piuttosto ampia.



Durante la gestione di **Giglio Panza** dal **1962** al **1974** la linea del predecessore Ghirelli fù mantenuta consolidando le tirature ottenute. Nel **1974** arriva alla direzione **Gian Paolo Ormezzano** il quale attuò una certa riorganizzazione.



All'inizio degli **anni Ottanta** «TuttoSport» tirava circa 100'000 copie. Nel **1982** arriva **Piero Dardanello** e alla fine del decennio le tirature raddoppiano. Nel **1995** la proprietà passa a una cordata di industriali guidati da **Amato Mattia** (con i baffi).



Dopo una profonda revisione del quotidiano dal punto di vista grafico viene ceduto nel **1998** alla **famiglia Amodei** (al centro vicino Moratti). Alla direzione arriva **Xavier Jacobelli**.





8) ANNI OTTANTA.

Questi anni sono sicuramente caratterizzati dall'introduzione del computer e dal primato dell'economia sulla politica. E come spesso è successo nel passato le nuove tecnologie cambiano il modo di organizzare il lavoro. Le redazioni sono più veloci, ma molto lavoro è sostituito dalla macchina calcolatrice, per la gioia degli editori. Nel **1985** le testate con bilanci in deficit si riducono notevolmente. Per contro i sindacati oppongono resistenza. Nel **1981** la **legge 416** intende fare un po' di ordine in un quadro che vede una grande concentrazione nelle mani di pochi, infatti per esempio **Rizzoli** produce circa il **23% del totale**. Fù creato un garante per l'editoria. Nel **2001** vengono ritenuti anche i siti web prodotti editoriali.

Gli **anni Ottanta** sono per questo anni di grandi trasformazioni e i quotidiani arrivano alla quota di tiratura totale di sei milioni. «**La Repubblica**», «**Il Sole-24Ore**», «**La Gazzetta dello Sport**» e il «**Corriere dello Sport**» i più venduti. Molti i nuovi giornalisti iscritti all'ordine tra il **1978** e il **1983** che arriva alla cifra di 10'000 iscritti. Grande il fermento per la creazione della terza rete televisiva nazionale e lo sviluppo delle redazioni regionali, insieme con la costituzione di alcune scuole di giornalismo che facevano seguito all'esperienza lombarda del **1977**. Ad eccezione di nomi di rilievo come **Indro Montanelli**, **Enzo Biagi** e **Giorgio Bocca** scompaiono dalla scena giornalistica molti dei personaggi formatisi durante il fascismo.

Nel **1984** va registrato il **salvataggio** del «Corriere della Sera» ad opera di una cordata di industriali facenti capo a **Pirelli**, **Fiat** e **Mediobanca** attraverso la finanziaria **Gemina** proprietà della **Montedison**. Gemina contestualmente diventa proprietaria di altri quotidiani come «**La Gazzetta dello Sport**», a questi andavano aggiunti «**La Stampa**» di Torino precedentemente controllata dalla Fiat e «**Il Messaggero**» controllato da Montedison.

Si fece in questo modo forte la competizione tra «**la Repubblica**» e «**Corriere della Sera**» che insieme tiravano circa un milione di copie. Battaglia che continuava anche sulle iniziative editoriali, con l'introduzione ad esempio dei **giochi a premi** («**la Repubblica**» **Portfolio** nel **1987**, «**Corriere della Sera**» **Replay 1989**). «**La Repubblica**» nel **1992** raggiungeva le 700'000 copie. Il «**Corriere della Sera**» da parte sua tentava un rinnovamento con iniziative come il rotocalco «**Sette**» a partire dal **1987**. E poi libri, videocassette e gadget che le case editrici proprietarie dei quotidiani potevano proporre a costi vantaggiosi. Da segnalare l'impegno profuso sul piano della stampa femminile. Nel **1996** il «**Corriere della Sera**» metteva in vendita il settimanale allegato «**Io Donna**» e «**la Repubblica**» «**D-La Repubblica delle Donne**» che ebbero grande successo. Parallelamente nascevano giornali rivolti agli uomini come «**Playboy**» e «**Playmen**».

Nasce e si consolida un giornalismo economico che in questi anni vedeva ampliare sia la platea degli interessati che la conoscenza e i percorsi di studio universitari. Una necessità che nasceva dall'esigenza di colmare il gap con molti paesi ad economia avanzata che potevano vantare su una stampa specializzata ormai già sviluppata. Capofila di questo genere «**Il Sole-24 Ore**» che nel **1993** arriva alla tiratura di 400'000 copie. Da segnalare «**Italia Oggi**» del **1986**, «**MF**» del **1989**, «**Milano Finanza**» del **1986**.



Nel **1985** le testate con bilanci in deficit si riducono. Nel **1981** la **legge 416** intende fare un po' di ordine, **Rizzoli** produce circa il **23% del totale**. Nel **2001** vengono ritenuti anche i siti web prodotti editoriali.



Molti i nuovi giornalisti iscritti all'ordine tra il **1978** e il **1983**. Ad eccezione di nomi di rilievo come **Indro Montanelli**, **Enzo Biagi** e **Giorgio Bocca** escono dalla scena giornalistica molti dei personaggi formatisi durante il fascismo.



Si fece in questo modo forte la competizione tra **«la Repubblica»** e **«Corriere della Sera»** che insieme tiravano circa un milione di copie



Gli **anni Ottanta** sono anni di grandi trasformazioni e i quotidiani arrivano alla tiratura totale di sei milioni. **«La Repubblica»**, **«Il Sole-24Ore»**, **«La Gazzetta dello Sport»** e il **«Corriere dello Sport»** i più venduti

la Repubblica

in esclusiva con
La Gazzetta dello Sport

Tutto il rosa della vita

Il Sole **24 ORE**

Corriere dello Sport
Santa Cruz vola della Lazio

Nel **1984** va registrato il **salvataggio** del «Corriere della Sera» ad opera di una cordata di industriali facenti capo a **Pirelli**, **Fiat** e **Mediobanca** attraverso la finanziaria **Gemina** proprietà della **Montedison**. Gemina contestualmente diventa proprietaria di altri quotidiani.



giochi a premi («la Repubblica» **Portfolio** nel **1987**, «Corriere della Sera» **Replay 1989**)





«La Repubblica» nel [1992](#) raggiunge le 700'000 copie. Il «Corriere della Sera» da parte sua tenta un rinnovamento con iniziative come il rotocalco [«Sette»](#) a partire dal [1987](#).



Parallelamente nascevano giornali rivolti invece agli uomini come [«Playboy»](#) e [«Playmen»](#).



«Il Sole-24 Ore» nel [1993](#) arriva alla tiratura di 400'000 copie. Da segnalare [«Italia Oggi»](#) del [1986](#), [«MF»](#) del [1989](#) e [«Milano Finanza»](#) del [1986](#).





9) ANNI NOVANTA.

La lotta tra «la Repubblica» e il «Corriere della Sera» è il prologo di un vero e proprio scontro editoriale. Alla fine degli anni Ottanta **Eugenio Scalfari** e **Carlo Caracciolo** i due principali azionisti del gruppo «L'Espresso» vendono quote significative a **Carlo De Benedetti**, il quale a sua volta era azionista di rilievo del gruppo **Mondadori** di cui stava cercando di acquisire quote di maggioranza. Il **6 agosto 1990** viene approvata la **legge 223** di «disciplina del sistema radiotelevisivo pubblico e privato» per mettere ordine al precedente stato di “deregulation” e che sostanzialmente segnava la fine del monopolio pubblico **RAI** in campo radiotelevisivo e poneva le basi per la creazione di un sistema industriale di raccolta della pubblicità. Da sottolineare che la legge aveva anche un certo carattere “antimonopolistico” per i privati. **Silvio Berlusconi** era evidentemente il destinatario dei **provvedimenti**, il quale attraverso operazioni familiari risultò in molti casi azionista di minoranza delle sue aziende in modo da non essere interessato dalle leggi. Nel **1994** **Berlusconi decide di scendere in** politica e per evidenziare la contraddizione utilizzò «Il Giornale» oggetto della controversia, a sostegno della campagna elettorale. In quell'occasione **Indro Montanelli** decide di lasciare la testata che egli stesso aveva fondato creando «**La Voce**» insieme ad altri giornalisti e ai vicedirettori de «**Il Giornale**» **Federico Orlando** e **Michele Sarcina**.

La scena giornalistica si polarizzava su due fronti contrapposti il «berlusconismo» e l'«anti-berlusconismo». Era il momento di cambiare anche gli assetti delle varie proprietà editoriali. Il centro-destra a Roma per mano di **Francesco Gaetano Caltagirone** nel **1995** diventava proprietario de «**Il Tempo**» per venderlo l'anno successivo a **Domenico Bonifaci** il quale affida la direzione del quotidiano a **Maurizio Belpietro** successivamente direttore di testate legate al centro-destra come Il «**Giornale**», «**Libero**» e il settimanale «**Panorama**». Il **30 gennaio 1996** **Giuliano Ferrara** ministro per i Rapporti col Parlamento da vita a «**Il Foglio**», giornale di quattro pagine molto fitte scritte con tono polemico e brillante a sostegno della nuova esperienza governativa, ma mai bollettino ufficiale del governo. L'**8 gennaio 1997** nasce l'organo ufficiale della Lega Nord, «**La Padania**», diretto dal quarantenne brianzolo **Gianluca Marchi**; il **18 luglio 2000** per opera di **Vittorio Feltri** nasce il già citato quotidiano milanese «**Libero**» che arriva a più di 200'000 copie di tiratura.

Riguardo alle spartizioni in atto per la **Mondadori** dopo oltre due anni di battaglie e scontri finanziari e legali grazie alla mediazione di **Giuseppe Ciarrapico** uomo di fiducia del governo allora presieduto da **Giulio Andreotti** fu posto fine alla disputa assicurando a **Carlo De Benedetti** «la Repubblica», il settimanale «**L'Espresso**» e altre testate locali e a **Silvio Berlusconi** «**Panorama**», «**Epoca**» e la «**Mondadori**» stessa.

Nel **1992** il quarantatreenne **Paolo Mieli** proveniente dalla «**Stampa**» di Torino fu nominato nuovo direttore del «**Corriere della Sera**» subentrando a **Ugo Stile**. Mieli che sostanzialmente rimase fino al **2009** propose un suo peculiare modo di fare giornalismo a cui molti giornalisti attribuirono il nome «mielismo» come “efficace sintesi tra la forza della tradizione e la leggerezza dei nuovi formati giornalistici, tipici della televisione; miscela di proposte spregiudicate e graffianti, raffinate e provocatorie, capaci di riprodurre un gossip di palazzo e di trasferire al lettore la sensazione di una sottile intelligenza nell'interpretazione dei fatti”. Tra il **1991** e il **1997** le vendite diminuirono, ma già dal **1998** si avvertì un certo miglioramento dei conti grazie alla vendita dei spazi pubblicitari che videro un'ascesa grazie all'esaurimento degli stessi in seno alla televisione.



Alla fine degli anni Ottanta **Eugenio Scalfari** e **Carlo Caracciolo** i due principali azionisti del gruppo «L'Espresso» vendono quote significative a **Carlo De Benedetti**, il quale a sua volta era azionista significativo del gruppo **Mondadori**.



Il **6 agosto 1990** venne approvata la **legge 223** di «disciplina del sistema radio-televisivo pubblico e privato». **Silvio Berlusconi** era evidentemente il destinatario dei provvedimenti.



Nel **1994** Berlusconi decide di scendere in politica e per evidenziare quanto la legge fosse contraddittoria, utilizzò «Il Giornale» oggetto della controversia, a sostegno della campagna elettorale.



In quell'occasione **Indro Montanelli** decise di lasciare la testata che egli stesso aveva fondato creando **«La Voce»** insieme ad altri giornalisti e ai vicedirettori **Federico Orlando** e **Michele Sarcina**.



Il centrodestra a Roma per mano di **Francesco Gaetano Caltagirone** nel **1995** diventava proprietario de **«Il Tempo»** e successivamente de **«Il Mattino»** e **«Il Messaggero»**.



Il Messaggero

L'anno successivo vendeva **«Il Tempo»** a **Domenico Bonifaci**, alla direzione **Maurizio Belpietro**, poi direttore di testate legate al centro-destra come Il **«Giornale»**, **«Libero»** e il settimanale **«Panorama»**.



Libero

Panorama



Il **30 gennaio 1996** **Giuliano Ferrara** ministro per i Rapporti col Parlamento da vita a **«Il Foglio»**.



il **18 luglio 2000** per opera di **Vittorio Feltri** nasce il già citato quotidiano milanese **«Libero»**.



Libero

a **Carlo De Benedetti** **«la Repubblica»**, il settimanale **«L'Espresso»** e altre testate locali



la Repubblica

Tra il **1991** e il **1997** le vendite diminuiscono, ma dal **1998** si avverte un certo miglioramento.



L'8 gennaio 1997 nasce l'organo ufficiale della Lega Nord, **«La Padania»**, diretto dal quarantenne brianzolo **Gianluca Marchi**;



Riguardo alle spartizioni in atto per la **Mondadori** grazie alla mediazione di **Giuseppe Ciarrapico** uomo di fiducia del **Giulio Andreotti** fu posto fine alla disputa .



e a **Silvio Berlusconi** **«Panorama»**, **«EPOCA»** e la **«Mondadori»** stessa.



Dal **1992** al **2009** il quarantatreenne **Paolo Mieli** proveniente dalla **«Stampa»** di Torino fu nominato nuovo direttore del **«Corriere della Sera»** subentrando a **Ugo Stile**.





10) GLI ATTUALI GRUPPI EDITORIALI.

Le normative contro la concentrazione oligarchica sono servite solo come freno alla deriva monopolistica. Infatti all'inizio del nuovo millennio i prodotti editoriali sono comunque nelle mani di pochi gruppi:

RCS MEDIAGROUP controlla i quotidiani «Corriere della Sera» e «La Gazzetta dello Sport», vari settimanali tra cui «Oggi» e «Novella 2000», alcuni mensili come «Max» e «Amica» e la stampa a diffusione gratuita con il quotidiano «city». Sul panorama radiofonico controlla Radio Italia Network e nel mondo dei libri Rizzoli, la Fabbri e Bompiani.

IL GRUPPO EDITORIALE L'ESPRESSO è proprietario de «La Repubblica» insieme ad altri quotidiani locali, sul campo radiofonico gestisce Radio Deejay e Radio Capital, sul web è presente con il portale Kataweb.

IL GRUPPO CALTAGIRONE possiede vari quotidiani tra cui «Il Messaggero» e «Il Mattino», nella free press stampa «Leggo».

La FININVEST è proprietaria del GRUPPO MEDIASET che produce Canale5, Italia1 e Rete4 e della Mondadori la principale casa editrice italiana che oltre ad alcuni tra i più diffusi settimanali come «Sorrisi e Canzoni TV» e «Panorama» pubblica periodici di successo come «Donna Moderna», «Grazia» e «Cosmopolitan».

IL GRUPPO EINAUDI infine oltre a controllare alcune case editrici come Einaudi stessa, Piemme e Sperling&Kupfer, è proprietaria di Pagine Italia, Blockbuster e Medusa Film.

Sostanzialmente questi cinque gruppi e i propri quadri dirigenziali attraverso collegamenti con Banche, Industrie, Istituti assicurativi e finanziari gestiscono il mondo della comunicazione (quotidiani, periodici, agenzie d'informazione, emittenti radiofoniche e televisive aziende di raccolta pubblicitaria, reti di trasmissione e case di produzione). Questi alti livelli di concentrazione non sono un fatto solo italiano infatti tale pratica è condivisa in paesi come Gran Bretagna e USA dove è presente il culto del giornalismo "indipendente".

In Italia la strategia dei grandi gruppi è di diversificare il prodotto in modo da attrarre gli interessi di ogni singolo individuo. Almeno fino alla **legge 223 del 1990** in Italia esiste un regime di sostanziale duopolio RAI-FININVEST. Questa legge come visto era diventata necessaria per mettere ordine a una situazione diventata ingestibile con il grande numero di reti televisive nate negli **anni Settanta** e con il prepotente sviluppo delle reti FININVEST nel panorama italiano. La legge voleva garantire inoltre due principi fondamentali: quello dell'«interesse generale» nella programmazione radiofonica e televisiva e l'esigenza di garantire un minimo di «pluralismo dell'informazione». Venivano introdotte alcune regole antitrust e l'obbligo della presenza di un direttore di rete e di un telegiornale con relativo direttore per ogni canale. Nel **1991** nasce **STUDIO APERTO** il telegiornale di **Italia1** diretto da **Emilio Fede**, il **TG5** di **Canale5** di **Enrico Mentana** e il **TG4** di **Rete4** diretto da **Edvige Bernasconi**.

La competizione tra rete di stato e rete privata diventa effettiva. I telegiornali diventano prodotti da vendere e per questo assumono il carattere di storie da narrare. Le innovazioni tecnologiche specie quelle legate all'informatica creano una certa omogeneizzazione del giornalista, il quale da distaccato lettore di notizie diventa intrattenitore. Emblematico l'esempio di **Giovanni Minoli** e **Aldo Bruno** con il programma **Mixer** dell'**aprile 1980** il quale attraverso l'immediatezza dei temi trattati e a i toni incalzanti e diretti insieme con l'intelligente scelta degli argomenti trattati introduce una progressiva drammaticizzazione nel giornalismo televisivo. Con la trasformazione del media televisivo in prodotto commerciale lo spazio pubblicitario da vendere diventa l'obiettivo, e il desiderio del pubblico ciò che rende il prodotto appetibile. Così la tendenza dei notiziari diventa quella di una crescente polarizzazione con il risultato di dare sempre maggiori spazi alla cronaca. Allo stesso modo dal partito l'interesse passa al leader carismatico tipico dei **regimi presidenziali e degli USA**.

Dunque a partire dagli **anni Novanta** si assiste a una crescente uniformazione dei media su modelli simili per tutti i paesi dell'Occidente industrializzato, insieme nasce un modello di partito "della gente". I nuovi media inoltre garantiscono una diffusione non più nazionale ma globale e si avvertono



tendenze a sfruttare questa platea allargata. Per quanto riguarda la **televisione pubblica**, se nel **dopoguerra** era stata contraddistinta dal predominio della **Democrazia cristiana** con la conseguente lottizzazione, dagli **anni Novanta** si assiste a uno **scontro frontale** tra i maggiori leader degli opposti schieramenti con l'obiettivo di questi di scavalcare il giornalista al fine di creare un rapporto diretto con il pubblico.

RCS MEDIAGROUP controlla In Spagna [«El Mundo»](#) e [«Marca»](#), in Italia il «Corriere della Sera» e «La Gazzetta dello Sport», e vari settimanali tra cui «Oggi» e «Novella 2000», alcuni mensili come «Max» e «Amica» e tra la stampa a diffusione gratuita con il quotidiano «city». Sul panorama radiofonico controlla RIN, RMC, 105, VR e nel mondo dei libri Rizzoli, la Fabbri e Bompiani e molto altro.



Il Gruppo Editoriale L'Espresso è proprietario de «La Repubblica» e vari periodici come Limes, Micromega e LeScienze insieme ad altri quotidiani locali, sul campo radiofonico gestisce Radio Deejay, Radio Capital e M20, sul web è presente con il portale [Kataweb](#).





IL GRUPPO CALTAGIRONE possiede vari quotidiani tra cui «Il Messaggero» e «Il Mattino», nella free press stampa «Leggo».



Il GRUPPO EINAUDI infine oltre a controllare alcune case editrici come Einaudi stessa, Piemme e Sperling&Kupfer, è proprietaria di Pagine Italia, Blockbuster e Medusa Film. Dal 1994 fa parte del gruppo Mondadori.



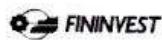
Giulio Einaudi editore



Emblematico l'esempio di **Giovanni Minoli** e **Aldo Bruno** con il programma **Mixer** dell'**aprile 1980** per quanto riguarda lo stile giornalistico e l'adattamento tra media.



La **FININVEST** è proprietaria del **GRUPPO MEDIASET** che produce Canale5, Italia1 e Rete4 e della Mondadori la principale casa editrice italiana che oltre ad alcuni tra i più diffusi settimanali come «Sorrisi e Canzoni TV» e «Panorama» pubblica periodici di successo come «Donna Moderna», «Grazia» e «Cosmopolitan».



Almeno fino alla **legge 223 del 1990** in Italia esiste un regime di sostanziale duopolio RAI-FININVEST. Nel **1991** nasce **STUDIO APERTO** il telegiornale di **Italia1** diretto da **Emilio Fede**, il **TG5** di **Canale5** di **Enrico Mentana** e il **TG4** di **Rete4** diretto da **Edvige Bernasconi**.



Il modello sono gli **USA**. Se nel **dopoguerra** il predominio è stato della **Democrazia cristiana** negli anni **Novanta** si assiste a uno **scontro frontale** fra i vari leader sganciati dai partiti.





11) STAMPA PERIODICA, CATTOLICA E DI PARTITO.

Il mondo dei magazines in Italia come detto ha un grande successo editoriale e quindi si assiste a un grande rigoglio di idee e di produzioni. Gli editori principali di questo genere che come visto è precursore della televisione sono **Rizzoli, Mondadori, Rusconi e San Paolo**. «**L'Espresso**» rappresenta un'eccezione perché si lega al nome dell'industriale **Adriano Olivetti** piuttosto che con un gruppo editoriale.

Da ricordare negli **anni Settanta** la nascita di numerosi settimanali diretti a un pubblico perlopiù popolare come «**Oggi**» e «**Gente**» che dovettero risentire la concorrenza di riviste rivolte allo «**scoop**» come «**Novella2000**» e «**Stop**» o «**Cronaca Vera**». «**La Domenica del Corriere**» ed «**Epoca**» leggende del genere stavano uscendo di scena per lasciare il posto a «**Radiocorriere TV**» e «**Sorrisi e Canzoni TV**». Anche «**Famiglia Cristiana**» rinnovata sulle basi delle suggestioni espresse dal Concilio Vaticano II ebbe grande successo tra il pubblico, insieme a i due settimanali «**L'Espresso**» e «**Panorama**» indirizzati il primo a centro-sinistra e il secondo a centro-destra.

L'adattamento di un mezzo, la televisione, all'altro mezzo, le riviste e i quotidiani, continua senza fratture e in modo progressivo senza che l'uno sostituisse l'altro. Il mercato e la vendita dei prodotti associati diventa una strategia vincente come dimostrano le ricerche delle agenzie di ricerca

Demoscopea, Doxa e Ipsos Explorer nel **1999**.

Il **1992** fù l'anno della vicenda che resta alla storia come «**Tangentopoli**», un fenomeno soprattutto mediatico che mise sotto i riflettori il malaffare diffuso dell'amministrazione pubblica. Di fatto era il sistema dei partiti che veniva posto all'indice e che necessitava di una riorganizzazione. Si era arrivati all'epilogo di una stagione ideologica che vedeva uscire dalla scena storici giornali di partito come «**L'Avanti**» o «**La Voce Repubblicana**».

«**L'Unità**» cercava una nuova vita e dal **1992** fù guidato da **Walter Veltroni** che cercò di renderlo un prodotto “vendibile” con nuove iniziative di marketing come la vendita di dvd, libri e così via. Nel **1997** sebbene si erano appianati i debiti si vociferava di una privatizzazione. Nel **2000** il quotidiano chiude i battenti per riaprire nel **2001** sotto la guida di **Furio Colombo** prima e **Antonio Padellaro** poi. La proprietà intanto passa nelle mani dell'**editore Alessandro Dalai della Baldini&Castoldi (BCD)**. Nel **2008** la testata fù acquistata da **Renato Soru** titolare di **TISCALI** e presidente della **Regione autonoma Sardegna**. Alla direzione **Conchita De Gregorio** proveniente da «**La Repubblica**» in carica fino al **2011** quando passa il testimone a **Claudio Sardo**, il quotidiano si attesta su tirature di circa 50'000 copie.

Riguardo al «**manifesto**», questo nasce nel **1969** grazie all'iniziativa di **Pietro Ingrao** e altri provenienti dal **PCI**. Diretto da **Lucio Magri** e da **Rossana Rossanda**, dopo la sua trasformazione in quotidiano avvenuta nel **1971** il quotidiano si propone non solo come organo di informazione ma anche come centro di aggregazione. Infatti nel **1972** da vita a una propria lista per l'elezione alla Camera dei deputati e nel **1974** la formazione politica facente capo al quotidiano decide di associarsi con il **Pdup** che diventa **Pdup per il Comunismo**. L'avventura del manifesto continua anche se i fondatori successivamente si ritirano dalla scena politica e se le tirature vanno in continua discesa. Altra testata di questa area è «**Liberazione**» che nasce settimanale nel **1991** riprendendo il titolo di un giornale fondato da **Marco Pannella** come organo d'informazione del **Partito Radicale** nel **1973**, si trasforma in quotidiano nel **1995**. Organo ufficiale del **Partito della Rifondazione comunista** vi partecipano giornalisti sia interni che esterni. Dal **2008** è in edicola sia a Roma che a Milano con un edizione serale «free press». Esperienza vivace con grande dialettica interna è però come molti giornali di questo tipo travagliato dai cambi apicali. Dal **2012** vengono sospese le pubblicazioni a causa di problemi finanziari.

Riguardo alla stampa cattolica, sebbene continuavano a esistere giornali storici come «**L'Eco di Bergamo**» o «**Il Cittadino di Lodi**» la maggioranza di questo pubblico gravita intorno all'«**Avvenire**» emanazione della Conferenza Episcopale Italiana. Nel **1983** con l'arrivo di **Guido Folloni** vi è un certo rinnovamento editoriale e una forte ascesa degli uomini di **Comunione&Liberazione**. Forte anche il riferimento alla figura di **Karol Wojtyla**. Dal **1994** la testata è affidata a **Dino Boffo** uomo del



cardinale **Camillo Ruini**. Sotto la sua direzione fino al **2009** il giornale della **CEI** acquista una linea moderna garantendo tirature importanti. Nello stesso anno Boffo deve lasciare a causa della campagna avviata da «**Il Giornale**» di **Vittorio Feltri** contro la sua vita privata.

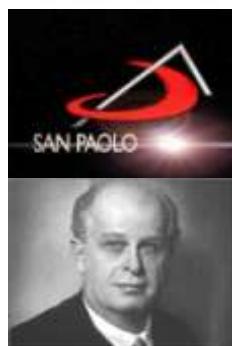
In sostanza l'editoria cattolica aveva avuto successo sin dall'**Ottocento** su testate legate al territorio e le risorse investite anche se ingenti spesso non hanno trovato riscontri editoriali.

Riguardo a «**Il Popolo**» storica testata della **Democrazia Cristiana** dal **1994** aveva visto una riorganizzazione. La sua sopravvivenza era garantita dai contributi pubblici ed era diventato l'organo del nuovo Partito Popolare di **Mino Martinazzoli**. Nel **1995** aveva ribadito questo ruolo dopo la scissione interna fra l'ala facente capo a **Rocco Buttiglione** favorevole alla destra e **Gerardo Bianco** per contro favorevole alla sinistra. Il quotidiano democristiano era però destinato a un pubblico interno e militante anche dopo la riorganizzazione voluta da **Rosy Bindi**. Nel **2003** chiude le pubblicazioni per lasciare spazio al quotidiano «**Europa**» al quale passa quasi per intero la redazione dello storico giornale di **Sturzo** e di **Alcide De Gasperi**.

Gli editori principali di questo genere sono **Rizzoli**, **Mondadori**, e **San Paolo**. «**L'Espresso**» rappresenta un'eccezione perché si lega all'industriale **Adriano Olivetti**.



RusconiLibri



Anche «**Famiglia Cristiana**» ebbe grande successo tra il pubblico, insieme a i due settimanali **«L'Espresso»** e **«Panorama»** indirizzati il primo a centro-sinistra e il secondo a centro-destra.



Da ricordare negli **anni Settanta** la nascita di numerosi settimanali come «**Oggi**» e «**Novella2000**» e «**Stop**» o «**Cronaca Vera**». «**La Domenica del Corriere**» ed «**Epoca**» leggende del genere stavano uscendo di scena per lasciare il posto a «**Radiocorriere TV**» e «**Sorrisi e Canzoni TV**».



Importante il lavoro delle agenzie di ricerca di mercato come **Demoscopea**, **Doxa** e **Ipsos Explorer** nel **1999**.





Il **1992** fù l'anno della vicenda che resta alla storia come **Tangentopoli**, escono dalla scena storici giornali di partito come **«L'Avanti»** o **«La Voce Repubblicana»**.



«L'Unità» cerca nuova vita e dal **1992** fu guidato da **Walter Veltroni**. Nel **2000** il quotidiano chiude i battenti per riaprire nel **2001** sotto la guida di **Furio Colombo** prima e **Antonio Padellaro** poi. La proprietà era passata nelle mani dell'**editore Alessandro Dalai della Baldini&Castoldi (BCD)**.

l'Unità



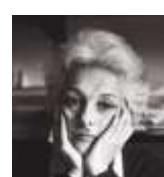
Nel **2008** la testata fù acquistata da **Renato Soru** titolare del provider **TISCALI** e presidente della **Regione autonoma Sardegna**. Alla direzione **Conchita De Gregorio** proveniente da **«La Repubblica»** in carica fino al **2011** quando passa il testimone a **Claudio Sardo**.



la Repubblica



Riguardo al **«manifesto»**, nasce nel **1969** grazie all'iniziativa di **Pietro Ingrao** e altri provenienti dal **PCI**. Diretto da **Lucio Magri** e da **Rossana Rossanda**. Nel **1972** da vita a una propria lista per l'elezione alla Camera dei deputati e nel **1974** la formazione politica facente capo al quotidiano decide di associarsi con il **Pdup** che diventa **Pdup per il Comunismo**.





«**Liberazione**» nasce come settimanale nel **1991** riprendendo il titolo di un giornale fondato da **Marco Pannella**(qui con Sabani) come organo d'informazione del **Partito Radicale** nel **1973**, si trasforma in quotidiano nel **1995**. Organo ufficiale del **Partito della Rifondazione comunista** vi partecipano giornalisti sia interni che esterni. Dal **2012** vengono sospese le pubblicazioni a causa di problemi finanziari.



Riguardo alla stampa cattolica, sebbene continuano a esistere giornali storici come **«L'Eco di Bergamo»** o **«Il Cittadino di Lodi»** la maggioranza di questo pubblico gravita intorno all'**«Avvenire»** emanazione della Conferenza Episcopale Italiana.



Nel **1983** con l'arrivo di **Guido Falloni** vi è un certo rinnovamento editoriale e una forte ascesa degli uomini di **C&L**. Forte anche il riferimento alla figura di **Karol Wojtyla**. Dal **1994** la testata è affidata a **Dino Boffo** uomo del cardinale **Camillo Ruini**.



Sotto la sua direzione fino al **2009** il giornale della **CEI** acquista una linea moderna garantendo tirature importanti. Nello stesso anno Boffo deve lasciare a causa della campagna avviata da **«Il Giornale»** di **Vittorio Feltri** nella sua vita privata.

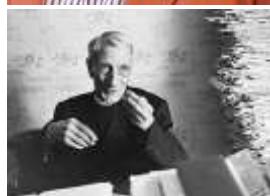




Riguardo a [«Il Popolo»](#) storica testata della [Democrazia Cristiana](#) era diventato l'organo del nuovo [Partito Popolare](#) di [Mino Martinazzoli](#). Nel [1995](#) aveva ribadito questo ruolo dopo la scissione interna fra l'ala facente capo a [Rocco Buttiglione](#) favorevole alla destra e [Gerardo Bianco](#) favorevole alle sinistre.



Il quotidiano democristiano era però destinato a un pubblico interno e militante anche dopo la riorganizzazione voluta da [Rosy Bindi](#). Nel [2003](#) chiude le pubblicazioni per lasciare spazio al quotidiano [«Europa»](#) al quale passa quasi per intero la redazione dello storico giornale di [Sturzo](#) e di [Alcide De Gasperi](#).





12) NUOVI MEDIA E INTERNET.

L'invenzione del secolo, o di fine secolo è indubbiamente **Internet**. Voluta dal ministero della difesa americano per preservare informazioni sensibili in caso di guerra atomica nasce come sistema decentralizzato e punto-punto. Il sistema sperimentale si chiamava **ARPANET** e fù presentato nel **1972** insieme alla **E-MAIL** e al protocollo **FTP**. Il suo utilizzo avveniva per mezzo di modem, nel **1983** si giunse alla divisione di due reti, una esclusiva per il Pentagono **Milnet** e una civile **Internet**. Nel **1991** il sistema evolve grazie all'iniziativa di alcuni studiosi del **CERN** e si arriva al **WorldWideWeb** che garantisce in modo sempre più evoluto lo scambio di informazioni digitali fra diversi punti della rete. Il progresso tecnologico ha ripercussioni anche sulla socialità dell'individuo e sul modo di fare giornalismo. Siamo quindi di fronte all'ennesimo processo di adattamento dei media ai nuovi media, la cosiddetta **mediamorfosi**.

Il campo della pubblicità è comunque in fieri e per il momento non sembra intaccare l'esistente mercato degli spazi pubblicitari.

L'invenzione del secolo, o di fine secolo è indubbiamente **Internet**. Voluta dal **ministero della difesa americano**.



Il sistema sperimentale si chiamava **ARPANET** e fù presentato nel **1972** insieme alla **E-MAIL** e al protocollo **FTP**.



Nel **1991** il sistema evolve grazie all'iniziativa di alcuni studiosi del **CERN** e si arriva al **WorldWideWeb**.



Siamo quindi di fronte all'ennesimo processo di adattamento dei media ai nuovi media, la cosiddetta **mediamorfosi**.





13) I VECCHI MEDIA SI ADATTANO: LA «MEDIAMORFOSI».

Come già avvenuto nel passaggio tra **anni Sessanta** e **anni Settanta**, quando anche in Italia si ebbe il passaggio dalla «fotocomposizione a freddo» alla «fotocomposizione a caldo» e l'introduzione della teletrasmissione dei giornali, si ebbero ripercussioni notevoli sulla organizzazione del lavoro. Anche in questo caso i risvolti non sono di poco conto. In sintesi si va affermando una figura del giornalista che produce lavori in tempi molto stretti con elementi spesso presi da fonti non proprio identificabili e risulta molto labile la linea tra informazione e intrattenimento. Per questo nasce la necessità di un giornalismo di approfondimento in cui la redazione si riunisce elaborando ed entrando nei dettagli di un determinato tema basandosi su dati “certi”. Esempi di questo nuovo filone sono le esperienze iniziate da grandi quotidiani internazionali come «**The New York Times**» o «**The Guardian**» conosciute come **data journalism** in cui l'approccio analitico è preso in prestito dall'informatica. Su questa scia in Italia la tendenza è quella conosciuta come **mielismo**, in cui i contenuti della stampa e contenuti televisivi tendono a coincidere.

Studiosi del fenomeno massmediatico come **Marshall McLuhan** pensano ai media come ai sensi della società. **La televisione rappresenta gli occhi. La radio gli orecchi. Libri e carta stampata penna e mani che scrivono. Internet della società è memoria di pensiero e linguaggio** andando a integrare i vari sensi. Questi processi di interazione-integrazione vanno a influire sulla lingua che si modifica inglobando nuovi termini e nuove strutture funzionali alla “mediamorfosi”, che gli esperti interpretano e traducono in ciò che al meta-individuo-media-sensoriale serve. Si potrebbe azzardare che il sistema sia sbilanciato sull'immagine e che serva più “lingua”, ma questa è altra faccenda e la lasciamo agli esperti di scenari futuri. Per fare un esempio, così come la radio ha mutato la forma dell'articolo giornalistico e il sonoro ha modificato l'immagine cinematografica, i contenuti del web forzano l'adattamento degli altri media a ripensare il proprio linguaggio in una direzione più popolare, discorsiva e alla portata di tutti.

Un altro studioso dell'argomento è **Umberto Eco** il quale propone la contrapposizione tra «intellettuale apocalittico» e «intellettuale integrato», un conflitto che si è sempre aperto quando il mezzo di comunicazione ha coinvolto nuove fasce di popolazione prima escluse dal dibattito. Si registra in questo processo un avanzamento della radio associata all'utilizzo di internet, e questo come dice lo studioso **Eric J. Hobsbawm** si può associare al successo che ebbe la radio a suo tempo tra le fasce povere e tra le donne prigioniere dei lavori domestici.

Chiunque può essere giornalista nel nuovo scenario, avendo a disposizione una infinità di strumenti che permettono al singolo individuo di pubblicare e avere possibilità di essere letto. **Social network e blog** sono solo una parte di questo fenomeno conosciuto come **“citizen journalism”**. Non è completamente vero che la rete sia un paradiso e che non vi siano controlli o che il potere non sia presente. Per contro il giornalismo deve accettare sfide che vengono anche dall'esterno al proprio mondo dove non vi sono necessariamente gli stessi contesti e le stesse situazioni sociali. Quindi in una certa misura succede ciò che il “potere” ha da sempre osteggiato: la parola ai “non allineati”.



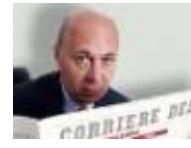
Già tra [anni Sessanta](#) e [anni Settanta](#) si ebbero effetti sociali “rivoluzionari”, quando in Italia si passa dalla [«fotocomposizione a freddo»](#) alla [«fotocomposizione a caldo»](#) e all’introduzione della [teletrasmissione dei giornali](#).



[Marshall McLuhan](#) studioso dell’adattamento tra media. [Umberto Eco](#) e la contrapposizione tra «intellettuale apocalittico» e «intellettuale integrato». Per [Eric J. Hobsbawm](#) il successo di un media è dovuto all’integrazione di fasce altrimenti escluse.



[«The New York Times»](#) o [«The Guardian»](#) sperimentano il [data journalism](#). Su questa scia in Italia la tendenza è quella conosciuta come [mielismo](#), in cui la differenza tra contenuti della stampa e contenuti televisivi tendono a coincidere.



[Social network](#) e [blog](#) sono solo una parte di questo fenomeno. Il giornalismo deve accettare sfide che vengono anche dall’esterno. Succede ciò che il “potere” ha da sempre osteggiato: la parola ai “non allineati”.





14) IL GIORNALISTA NAVIGATORE DELLA «MEDIAMORFOSI».

Sebbene il giornalismo nel tempo ha visto al suo interno personaggi di varia estrazione sociale e cultura, statisticamente alla professione si sono affacciate sostanzialmente persone identificabili in due grandi insiemi. In primo luogo il gruppo di individui provenienti dagli strati più alti della società che non si identificano con certi valori contigui al potere. In secondo luogo è rappresentato lo strato delle persone provenienti dai strati più bassi e che vedono nel giornalismo uno strumento di promozione sociale. Per quanto si può discorrere sulla professione e sui valori da seguire, come saper «scegliere una notizia» o comportarsi in modo «politicamente corretto», il giornalista è da sempre sottoposto più o meno alle pressioni del potere, cosa che in percentuali diverse succede in tutti i paesi sviluppati. Le scuole di formazione o le università per quanto efficienti non possono insegnare capacità che vanno sviluppate sul campo e con il lavoro stesso.

I dibattiti sulla reale necessità di un ordine che se da una parte conferisce prestigio sociale alla figura del giornalista, da un'altra lo rende poco indipendente continuano. Inoltre il vincolo dell'iscrizione all'ordine per esercitare una professione a cui si possono avvicinare tutti grazie alle moderne tecnologie risulta un freno che molti giornalisti stessi trovano obsoleto.

Il giornalista torna a essere considerato un «libero professionista deputato a pubblica funzione» come succedeva negli anni Venti del secolo passato. Nonostante però queste circostanze esistono professionisti validi che riescono a svolgere il proprio lavoro bene. Non possono essere dimenticati personaggi morti nella lotta alle mafie e alla criminalità organizzata per aver raccontato temi scottanti: **Ilaria Alpi, Maria Grazia Cutuli, Enzo Baldoni, Antonio Russo, Giuseppe Impastato, Cosimo Cristina, Giuseppe Fava, Giovanni Spampinato, Giancarlo Siani, Mauro Rostagno** e così via.

Questi fatti non hanno certo frenato l'accesso alla professione che non ha visto soste per tutto il XX secolo fino a raggiungere la cifra record di 18'000 unità nel 1999 più 50'000 pubblicisti. Nel 2009 le cifre ammontano a circa 108'000 tra giornalisti e pubblicisti di cui 50'000 figurano nell'istituto di previdenza sociale. Andrebbero poi calcolate tutte quelle figure che svolgono ruoli giornalistici senza figurare nelle istituzioni giornalistiche. Dunque il giornalista soprattutto in periodi di crisi è una figura necessaria che deve raccontare e intrattenere un pubblico e una società sempre più disgregata.

I numeri non fanno altro che testimoniare questa necessità.



[Ilaria Alpi](#)



[Maria Grazia Cutuli](#)



[Enzo Baldoni](#)



[Antonio Russo](#)



[Giuseppe Impastato](#)



[Cosimo Cristina](#)



[Giuseppe Fava](#)



[Giovanni Spampinato](#)



[Giancarlo Siani](#)



[Mauro Rostagno](#)



15) PAROLA AI NUMERI.

La premessa è che la situazione degli andamenti economici relativi alla stampa italiana non è affatto incoraggiante con perdite molto deficitarie a partire dal 1992([vedi questo studio della FIEG](#)). Deficit che ha costretto gli editori all'adattamento del prodotto editoriale ai nuovi media sempre più popolari. I dati indicano un forte calo nelle vendite sia dei quotidiani che persino dei periodici elemento di forza dell'editoria italiana, restano positive le vendite di periodici che trattano temi molto specifici come cucina, motori, salute, moda, economia e giardinaggio.

In questo quadro la classifica di vendita può essere la seguente :

«**Corriere della Sera**» 680'000 copie, «**la Repubblica**» 625'000, «**La Gazzetta dello Sport**» 370'000, «**Il Sole-24 Ore**» 350'000, «**La Stampa**» 315'000, il «**Corriere dello Sport-Stadio**» 245'000, «**Il Giornale**» 220'000, «**Libero**» 130'000.

La vera novità è la stampa libera distribuita gratuitamente con «**Leggo**» 800'000 copie, «**city**» 720'000, «**metro**» 450'000. Inizialmente la stampa «free press» non ha inciso sulla stampa a pagamento e spesso questi giornali sono stampati dagli stessi editori dei quotidiani nazionali. La situazione non è certo incoraggiante per iniziare nuove esperienze editoriali. Da ricordare «**L'Indipendente**» di **Vittorio Feltri** che nato nel 1992 ha dovuto chiudere nel 2007 pur dopo risultati interessanti.

Nel 2002 nasce «**Il Riformista**» di **Antonio Polito** e **Claudio Velardi** collegato al mensile «**Le Ragioni del Socialismo**» di **Emanuele Macaluso** che seguendo la strada dell'approfondimento politico si è ritagliato uno spazio importante senza far registrare grandi numeri.

Nel 2009 nasce «**il Fatto Quotidiano**» di **Antonio Padellaro** e **Marco Travaglio** e giornalisti come **Nuccio Ciconte** e **Vitantonio Lopez**. Il quotidiano si rivolge a un pubblico perlopiù di sinistra e attento alla questione morale. Molto visitata la versione online del quotidiano diretta da **Peter Gomez**. Tra il 2009 e il 2011 «**il Fatto Quotidiano**» fa registrare 150'000 copie di tirature di cui buona parte in abbonamento.

Un problema tipicamente italiano è quello della distribuzione causato da un sistema che non trova sbocchi commerciali ed efficienti strumenti di consegna a domicilio. Non sono mancati segnali di liberalizzazione grazie alle vendite al di fuori delle edicole, mentre rimane un sistema pubblicitario fortemente sbilanciato sulle televisioni e un insufficiente sistema di tutela per gli autori degli articoli. Fenomeni non solo italiani dove le testate si sono trovate a fronteggiare, oltre alle spinte competitive che provengono dai media tradizionali quelle dei nuovi media. Molti i quotidiani che hanno una versione internet e che permette loro di avere un ritorno dal proprio pubblico in modo da indirizzare la linea editoriale sugli interessi del lettore.

Mentre si attende una riforma strutturale e organica dell'editoria si riscontra nel settore distributivo il freno più importante allo sviluppo. Per questo si parla di digitalizzazione delle edicole, che in futuro potrebbero essere fornite di sistemi di stampa avanzati, nonché di progetti formativi per gli stessi edicolanti e non da ultimo l'inserimento della rete distributiva all'interno degli organigrammi aziendali dei vari gruppi. In questo modo è chiaro il processo di trasformazione del settore editoriale nel quale siamo inseriti. **La gestione di tutto il panorama editoriale in mano a pochi gruppi è funzionale a una riorganizzazione efficace di tutto il sistema distributivo.**



CORRIERE DELLA SERA	680'000 copie,	800'000 copie
la Repubblica	625'000	
La Gazzetta dello Sport	370'000	720'000
360 DIRE	350'000	
LA STAMPA	315'000	450'000
Corriere dello Sport	245'000	
Santa Cruz vole dalla Lazio		
il Giornale	220'000	
Liber	130'000	

«L'Indipendente» di Vittorio Feltri che nato nel 1992 ha dovuto chiudere nel 2007 pur dopo risultati interessanti.



Nel 2002 nasce **«Il Riformista»** di Antonio Polito e Claudio Velardi collegato al mensile **«Le Ragioni del Socialismo»** di Emanuele Macaluso. Spazi importanti senza numeri.



Nel 2009 nasce **«il Fatto Quotidiano»** di Antonio Padellaro proveniente dal Corriere della Sera e Marco Travaglio pupillo di Indro Montanelli e con giornalisti come Nuccio Cionte, Vitantonio Lopez e Peter Gomez. Grande il seguito.



Antonio



Marco



Nuccio



Vitantonio



Gomez





16) CONCLUSIONE: IL GIORNALISTA E' «TRIMEZZATO».

Il mezzo di comunicazione che al momento rappresenta un fattore di novità e innovazione è senza dubbio internet e le tecnologie digitali collegate come quelle legate alla telefonia che formano comunque parte della scena editoriale. Mercato editoriale che per questo fa registrare in Italia rispetto al passato numeri importanti. Se però facciamo confronti con altri paesi vediamo che in Italia la diffusione dei prodotti editoriali è molto contenuta. **Il rapporto ogni mille abitanti è di 112 copie circa mentre in Giappone è di 624, in Norvegia 580, in Finlandia 491, in Svezia 449, nel Regno Unito 308 e in Germania 290.**

Le edicole restano il principale canale di vendita. Il primo quotidiano online appare in Italia con «**L'Unione Sarda**» nel **1994**, seguita da «**la Repubblica**» nel **1997**. **In Italia esistono 145 testate online di cui 91 relative a quotidiani presenti anche su carta stampata e 54 esclusivamente web.** La televisione resta un mezzo sempre di successo che vanta il seguito di quelle fasce meno attrezzate per fare fronte alle esigenze propagandistiche del nuovo millennio e grazie anche al collaudato settore pubblicitario.

Il mercato dell'informazione ha dimostrato che lasciato a se stesso è in grado di dare risposte adeguate e garantire le figure necessarie per una relativa indipendenza. Neanche Il «giornalista dimezzato» secondo **Giampaolo Pansa** riprendendo **Italo Calvino** del **1977** è una figura in decadenza. Il giornalismo completamente libero secondo alcuni è esperienza da intrepidi che rischiano di essere marcati come avversari anche dai propri colleghi.

Contestualmente cambiano i linguaggi e i modi di organizzare il lavoro. Al giornalista sono richiesti tempi stretti per confezionare il proprio lavoro. Il regime pubblicitario è sbilanciato sulla televisione e progressivamente su internet, e questo ha creato uno stile sensazionalistico orientato al gossip e quindi all'immagine. L'informazione e l'intrattenimento spesso si confondono. Il personaggio politico tende a entrare in competizione e a coincidere con il giornalista per avere un rapporto diretto con il pubblico.

Il rischio è che il giornalista è sempre meno responsabile dell'ordinamento delle notizie a livello nazionale. In questo profluvio di notizie il giornalista di alto livello professionale resta indispensabile per discernere il fatto dalla notizia e mantenere coerenza e interpretabilità della notizia stessa.

I giornali da parte loro hanno incrementato i sforzi per dialogare con gli altri media come le radio creando spesso vere e proprie agende ad uso e consumo dei radiogiornali e dei telegiornali del mattino. **Radio, Internet e televisione** grazie alla loro immediatezza rappresentato un valido battistrada per i quotidiani che possono servirsene per intercettare le necessità del lettore. Si crea in questo modo un «circuito mediatico» in cui un media rilancia l'altro, i nuovi strumenti tecnologici permettono la creazione di network nazionali in cui sono integrati tutti i media.

A partire dagli **anni Novanta del Novecento** la radio ha dato un accelerazione all'integrazione dei media dando valore al «parlato» grazie al contributo di personaggi come **Fiorello** e **Platinette**. Il mezzo è particolarmente gradito alle fasce più giovani permettendo l'utilizzo contemporaneo di altri media quali **internet, la posta elettronica o il telefonino**, magari ascoltando una radiocronaca sportiva.

Il potere resta comunque un carattere che specialmente in Italia rappresenta un vincolo molto stringente. E come dice **Walter Lippman** un sociologo esperto di media:

«la qualità dell'informazione in una società moderna è un indice della sua organizzazione sociale.

Quanto migliori sono le istituzioni, tanto più facilmente gli interessi relativi sono formalmente rappresentati, tante più questioni vengono dipanate, tanto più obiettivi sono i criteri adottati e tanto più perfettamente si può presentare come notizia una vicenda. Nella sua espressione migliore la stampa è serva e custode delle istituzioni, nella sua espressione peggiore è un mezzo mediante il quale alcuni sfruttano la disorganizzazione sociale ai propri fini particolari».



In Italia il rapporto ogni mille abitanti è di 112 copie in Giappone è di 624 in Norvegia 580 in Finlandia 491 in Svezia 449 in Regno Unito 308 in Germania 290



Il primo quotidiano online in Italia arriva con **«L'Unione Sarda»** nel **1994**, seguita da **«la Repubblica»** nel **1997**.

L'UNIONE SARDA.it



la Repubblica.it



Giampaolo Pansa e il «giornalista dimezzato» di **Italo Calvino** del **1977**, a dimostrazione dell'attualità di quel periodo.



Radio, Internet, televisione e carta stampata si integrano per formare network nazionali.



A partire dagli **anni Novanta del Novecento** la radio ha dato un accelerazione all'integrazione dei media dando valore al «parlato» grazie al contributo di personaggi come **Fiorello** e **Platinette**



Walter Lippman un sociologo esperto di media, secondo cui **se la stampa non è custode delle istituzioni è funzionale a interessi particolari.**

