

Giancarlo Salemi

**L'Europa di carta.
Guida alla stampa estera**

prefazione di Eric Jozsef, Milano,
Franco Angeli, 2002, p. 187
(Studi e ricerche di storia
dell'editoria)

Questa guida al giornalismo di quattro fra i maggiori paesi europei – Germania, Inghilterra, Francia e Spagna – ci fornisce le informazioni indispensabili per orientarci con chiarezza sull'odierna situazione del settore.

I quattro capitoli che compongono il volume hanno le stesse caratteristiche. La prima parte è una ben calcolata miscela di storia e attualità nella quale si tende a evidenziare le specificità della stampa di ciascun paese, con una particolare attenzione ai fatti recenti e recentissimi. L'analisi s'addentra anche a indagare il momento di nascita di questi quotidiani che per alcuni è antica e risale all'aggregazione degli stati nazione; per altri, si colloca al termine della Seconda guerra mondiale; per altri ancora negli anni della "contestazione".

La seconda parte è dedicata ai giornali più influenti, alle loro vicende passate e presenti, e alle loro posizioni nei confronti degli avvenimenti italiani che vanno, per esempio, dal miracolo economico ("Daily Mail") alla cura Di Bella e alle scarse simpatie per Prodi ("Frankfurter Allgemeine Zeitung") e ai ripetuti attacchi alla politica di Berlusconi ("Le Monde", "El País"). L'autore non si limita però alla sola "storia", ma analizza i mutamenti grafici e di linguaggio, ci informa sui lettori e le tirature e approfondisce, in particolare, la distinzione fra giornalismo popolare e di qualità che in Gran Bre-



tagna ha caratterizzato e caratterizza ancora oggi l'informazione. Non viene dimenticato il problema della concentrazione delle testate "in poche mani", problema al quale non si sottrae alcun paese, compreso il nostro, e che, sempre in Inghilterra, ha comportato l'istituzione a partire dalla fine della Seconda guerra mondiale di diverse commissioni di inchiesta i cui risultati non sono stati certamente brillanti. Altrettanto può dirsi per quanto è avvenuto nelle altre nazioni, dove l'intreccio con l'informazione radiotelevisiva è assai ampio e di difficile soluzione al fine di evitare posizioni "sfacciatamente predominanti" e conflitti di interesse. Risalta, in questo contesto, la preoccupazione del presidente della Associazione stampa estera che, nell'introduzione, paventa il rischio di una sempre più ampia divaricazione fra la stampa a larga diffusione, finanziata dalla pubblicità, e quella "di nicchia" indirizzata a una élite, disposta a pagarla. L'augurio, condivisibile, dello stesso presidente, che percorre anche tutto il testo di Salemi, è l'avvento, per ora sempre mancato, di una "vera e propria carta stampata europea".

Carlo Carotti
Milano