

Prendiamola innanzitutto come questione puramente di mercato, mettendo da parte la politica. Lasciamo in pace Antonio Gramsci e non riapriamo la questione già ampiamente e inutilmente dibattuta della coerenza con le radici e la storia del quotidiano (tema che però esiste e conta, eccome). Atteniamoci agli intendimenti di Guido Veneziani, candidamente raccontati al Fatto. L'editore di pubblicazioni come Top, Stop, Miracoli, Vero dice sostanzialmente che nel giornale di cui ha preso il controllo incorporerà diversi aspetti del segmento editoriale nel quale ha fatto fortuna, gossip e foto rubate di topless e baci galeotti, specificando, bontà sua, che "c'è modo e modo di pubblicare certe cose". Tutto questo perché è convinto, Veneziani, che "vendono anche personaggi idealizzati dalle televisioni, i loro amori e tradimenti". "Bisogna andare incontro al gusto delle persone". Quindi? "Ci sarà la politica, l'economia e tutte le parti storiche più altre innovative".

Innovative? O più vecchie del prezzemolo? Vedremo se il combinato funzionerà, vedremo come sarà questo budino, citando il detto preferito di Valentino Parlato, "la prova del budino è nel mangiarlo". E intanto auguriamo il classico in bocca al lupo alla ventina dei redattori e collaboratori che dal 25 aprile in poi - così auspica l'editore - faranno andare in edicola l'ibrido che Veneziani si ostina a chiamare l'Unità, ma che dell'Unità avrà, appunto, poco o niente. Infatti, il nodo è proprio qui, non è solo questione politica, ripetiamo, ma innanzitutto commerciale, e culturale, ovviamente, trattandosi di un giornale.

Intendiamoci, ci sono numerosi esempi di mix del tipo di quello proposto da Veneziani. In Italia, per dire, in tempi ormai remoti, andava forte un settimanale politico e scandalistico, Abc. Si rivolgeva a un pubblico "libertario", si direbbe oggi, ebbe diffusione, in tutto il periodo degli anni Sessanta e in parte anche nei primi anni Settanta, con una linea socialista, anticonformista e anticlericale. Accanto ad articoli di politica e società, c'erano pezzi di costume, scandalistici, foto audaci per quei tempi. Il paginone centrale era occupato dalla fotografia di una showgirl. E c'erano molte firme di peso. Come Callisto Cosulich, grande critico cinematografico, il critico musicale Giorgio Calabrese, Renata Pisu che (con lo pseudonimo Cristina Leed) curava una rubrica, dedicata ai temi sessuali e di costume, che poi sarebbe diventata una grande esperta di Estremo Oriente. Inoltre umoristi e vignettisti come Jules Feiffer, Jean-Jacques Sempé, Siné, Chaval, Roland Topor.

Quella miscela corrispondeva allo spirito dei tempi, gli anni Sessanta, in cui parlare di sessualità ed esporre corpi svestiti era parte della più grande rivoluzione del costume che avrebbe attraversato il decennio e quello seguente.

L'Espresso, sia nel suo primo formato a lenzuolo sia nel formato magazine, riprese molto di quel

mix, inventandosi anche il genere del “retroscena” che tanta fortuna avrebbe incontrato nel giornalismo politico, anche nelle sue versioni di “rivelazioni” inventate di sana pianta.

Un mix molto italiano, molto legato a una cultura che cercava di rompere con il bigottismo cattolico imperante. In altri paesi donne nude e gossip non erano caratteristiche tipiche dei giornali rivolti al pubblico colto, ma erano il tratto costitutivo dei tabloid popolari, non solo quelli di destra, ma anche quelli letti da un pubblico di sinistra, come in Gran Bretagna il Daily Mirror. In America riviste patinate come Playboy giocavano e giocano la carta inversa, assumendo la dignità di una pubblicazione seria grazie ad articoli scritti da giornalisti e scrittori apprezzati che si alternano alle parti illustrate.

Un giornalista italiano che scriveva da Parigi, negli anni Ottanta, raccontava divertito della sua portinaia, una tipica concierge pettegola, che una volta lo rimproverò, consegnandogli la copia dell'Espresso arrivata dall'Italia: “Un signore distinto come lei che legge giornali porno!”. Lo raccontava per dare il senso della differenza tra la stampa “main stream” progressista italiana e quella francese, di allora.

Oggi, che senso ha puntare sul gossip e sulle foto osée, preferibilmente rubate? Che senso ha da parte di un quotidiano che si chiama l'Unità? Siamo ancora in un'Italia in cui trasgressione equivale a donne spogliate e retroscena piccanti?

Se Veneziani avrà ragione, con la sua ricetta, così come l'ha raccontata al Fatto, significa che il nostro paese è fermo ai decenni lontani del Novecento. Oppure significa che c'è una definitiva perdita di senso delle parole-chiave di un'epoca, e la parola Unità, con tutto quello che evoca, è una parola-chiave della nostra storia contemporanea. Oppure è un intreccio delle due cose, un intreccio che ci parla di un paese che non è ancora in grado di dotarsi di una informazione paragonabile a quella che c'è in tutti i paesi paragonabili al nostro (parliamo soprattutto dell'informazione destinata al pubblico colto, progressista, ed esigente). Ci parla anche di un paese in cui la sinistra non sta solo scomparendo politicamente ma anche culturalmente, ed è terribile, se questo è vero.

Così, aspettando di vedere il “prodotto”, come dice Veneziani, di vederlo in edicola, siamo davvero divisi di fronte alla notizia del ritorno dell'Unità (anche se tale solo di nome): da un lato, tifiamo perché l'operazione funzioni perché è sempre un ottimo segno se va in edicola un giornale e vende, ed è un'ottima cosa per chi ci lavorerà; dall'altro lato, speriamo che non funzioni perché, al contrario, se funzionasse, sarebbe un ulteriore sintomo della deriva dell'Italia, e della regressione della sua parte che dovrebbe aiutarla a contenerla quella deriva, possibilmente a rovesciarla.