

III.

SEDUTA DI MARTEDI' 16 OTTOBRE 1973

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE CARIGLIA

Segue:

INDAGINE CONOSCITIVA DELLA
II COMMISSIONE PERMANENTE

*(Affari della Presidenza del Consiglio -
Affari interni e di culto - Enti pubblici)*

VI LEGISLATURA

N. 25 — PROBLEMI DELL'INFORMAZIONE
IN ITALIA A MEZZO STAMPA

La seduta comincia alle 9,50.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca il seguito dell'audizione del dottor Adriano Falvo e del dottor Luciano Ceschia, rispettivamente presidente e segretario nazionale della federazione nazionale della stampa italiana. Invito gli onorevoli commissari ad esporre eventuali domande agli intervenuti.

BUBBICO. Voglio chiedere ai rappresentanti della federazione nazionale della stampa italiana di allargare la risposta al quesito posto dall'onorevole Mammi nella precedente seduta: differenza fra gestione economica e giornalismo imprenditoriale vero e proprio del giornale.

Sull'argomento sono state avanzate molte ipotesi di vario genere per assicurare la partecipazione dei giornalisti alla gestione. Questo fenomeno è risultato più evidente anche a livello di proposte a seguito dei casi di concentrazione di testate.

L'onorevole Mammi aveva sottolineato l'elemento rischio dell'impresa, quindi il guadagno dell'imprenditore come elemento traente rispetto all'investimento giornalistico, ed aveva posto il quesito dell'azzerramento del rischio o guadagno rispetto al processo di informazione della pubblica opinione. Le proposte vanno da quella di una completa separazione dei due elementi alla forma mista di direzione della linea politica.

Seconda domanda: nella precedente riunione il segretario generale della federazione nazionale della stampa italiana ci ha parlato di meccanismi oggettivi sottratti a valutazioni discriminatorie e si era fatto cenno al numero adeguato del personale delle aziende giornalistiche e tipografiche. Questo modo sembra insufficiente e vorrei sapere se, a vostro avviso, vi sono ulteriori criteri da applicare.

Terza domanda: sostegno all'editoria. Sembra impossibile che tutte le misure che saranno individuate possano essere applicate senza il concorso di organi collegiali.

Inoltre sono state avanzate recentemente proposte, durante la conferenza internazionale dell'informazione, anche relativamente al problema della diffusione. In questi giorni si è tenuto un congresso degli editori e si è posto il problema della revisione del sistema di distribuzione. Quali soluzioni sono proposte da parte vostra?

Ancora: Vorrei sapere quali sono le norme che dovrebbero essere modificate o totalmente abolite nella nostra legislazione ordinaria.

Per ultimo: in che modo pensate che il dettato costituzionale sulle fonti di finanziamento dei giornali possa essere spiegato? Infine, vorrei sapere se, sulla pubblicità, si possono introdurre meccanismi diversi da quelli attuali. Qual è la proposta esatta di regolamentazione del settore, e quali ne sono le finalità?

CESCHIA, Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana. Con la ristrutturazione dell'impresa con la partecipazione dei giornalisti alla gestione del giornale, intendiamo riferirci a un problema molto delicato relativo alla separazione tra gestione economica e gestione dell'informazione. Nella mia relazione già ho sottolineato come questo principio debba essere chiarito, ed ho anche precisato come, in una struttura del genere, potrebbe trovare più soddisfacente soluzione il problema della funzione e della responsabilità del corpo redazionale in vari momenti della vita aziendale.

Si tratta, pertanto, di disciplinare i rapporti editori-redattori, in un programma già in parte oggi realizzato in base al contratto nazionale di lavoro dei giornalisti. Oramai questa tendenza è stata confermata dai vari congressi.

Dobbiamo dire anzitutto che così come non accettiamo la sopraffazione della proprietà sull'informazione, non auspichiamo per domani la sopraffazione del corpo redazionale sulla proprietà. Sono presenze che possono e debbono essere equilibrate per compiti e funzioni.

L'articolo 34 del contratto è innovatore in proposito; abbiamo norme precise che danno al comitato di redazione funzioni molto più estese di quelle di una normale rappresentanza sindacale. La carenza di una norma giuridica generale oggi attribuisce a questi organismi sindacali funzioni che superano quelle che potrebbero essere le loro normali competenze. D'altra parte il contratto è l'unico mezzo attraverso cui oggi la redazione afferma e articola la sua presenza. In particolare il contratto attribuisce al comitato di redazione il diritto di esprimere pareri e proposte sulla fissazione degli organici, la loro attuazione, orari, trasferimenti, mutamenti di mansioni, qualifiche e tutte le altre iniziative relative alla organizzazione dei servizi al fine di un miglioramento del giornale (e qui si sottolinea il valore della norma per i riflessi sui livelli occupazionali). In questi testi contrattuali è sottolineata la volontà di partecipazione dei giornalisti alla vita aziendale, in termini rispettosi delle decisioni della proprietà; ma si ritiene che lo stesso rispetto debba essere osservato per contributo giornalistico, partendo da un presupposto fondamentale, cioè lo *status* particolare di cui gode il giornalista nell'esercitare la sua attività: *status* professionale che lo obbliga alla obiettività e alla completezza dell'informazione. Non devono esistere, all'interno della struttura aziendale, blocchi che impediscano il massimo sviluppo di questa prerogativa del giornalista; questo è un tema da perfezionare con norma legislativa.

Il contratto prevede che si possano formulare proposte sulla completezza dell'informazione anche con riferimento a servizi di cronaca; questa indicazione nasce dopo una lunga analisi fatta dai cronisti italiani che, nei momenti più delicati della vita nazionale, ritengono di dovere essere chiamati a testimoniare la loro versione sugli avvenimenti; non deve avvenire che, da parte editoriale, siano attuate interferenze su queste testimonianze che devono essere corrette e complete perché corretta e completa deve essere l'informazione. Ci pare che dovere fondamentale sia quello di fornire al lettore tutti gli elementi per un giudizio autonomo; quindi non vi possono essere blocchi artificiali.

Altri aspetti molto importanti che una legge potrebbe sanare è quello del rapporto editore-direttore, direttore-corpo redazionale. Il direttore è un giornalista pro-

fessionista e partecipa alla redazione a tutti gli effetti; ma oggi la categoria ritiene che egli sia più il rappresentante della proprietà che non del corpo redazionale. In altri paesi la direzione è tutt'altra cosa, è veramente il vertice del giornalismo di quell'azienda. Oggi invece, anche contrattualmente, è prevista la possibilità che vi siano patti fra editore e direttore che restano segreti. L'articolo 6 del contratto - di cui abbiamo persino chiesto l'eliminazione perché costituisce una vera e propria offesa al lettore - dice che la facoltà del direttore del giornale sono determinate da particolari accordi con l'editore, accordi che perlopiù sono segreti. Circostanza che comporta due effetti: la redazione spesso non ha potuto valutare ed accertare il mandato del direttore che le viene imposto; carenza di chiaro collegamento fra opinione pubblica e redazione. Noi abbiamo avuto alle trattative contrattuali una rappresentanza editoriale che ha teorizzato questo: le linee generali del giornale si formano giorno per giorno; i redattori capiscono quale sia la linea del giornale dal modo d'essere dei vari settori, da come esce il giornale, se vi sono accordi, sono segreti perché si tratta di un patto fiduciario fra editore e direttore.

Questo tipo di « fiducia segreta » va, a mio avviso, superata e va chiarito che il direttore deve essere legato all'editore da precisi patti, ma resi pubblici attraverso il giornale. Deve sparire questa segretezza che sottolinea il carattere del rapporto esistente all'interno della redazione.

Tutti questi problemi possono essere risolti da una legislazione rispettosa dei diritti e dagli interessi di entrambe le parti che concorrono a formare il prodotto giornalistico: editore e redazione.

Meccanismi obiettivi. Nella scorsa riunione mi sono riferito al personale; fra le proposte che abbiamo formulato ve ne sono alcune che indicano il meccanismo dell'erogazione. Quando chiediamo che si fornisca carta gratuita per le prime 8 pagine, chiediamo l'applicazione di un meccanismo obiettivo che non consente elementi di discriminazione. Accennavamo a un sostegno nel settore dei servizi telefonici, postali, di agenzia; sono provvidenze che possono essere erogate obiettivamente, cioè scattano automaticamente.

Certo a nostro avviso, per concorrere a questo tipo di benefici bisognerà possedere tutta una serie di requisiti, che costi-

tuiranno uno degli elementi più importanti di valutazione. Per avere un certo tipo di contributo, per esempio, quanto tempo deve essere in edicola il giornale? Questi benefici potranno avere un carattere retroattivo?

Evidentemente in questa materia l'apporto di organismi politici sarà indispensabile, direi inevitabile; questo intervento, lo riconosciamo rischia di inquinare provvedimenti corretti ed equilibrati, ma non se ne potrà fare a meno. Il Governo aveva elaborato una proposta per la costituzione di una « commissione centrale per l'editoria » che avrebbe dovuto assumere una competenza precisa nella materia ed esaminare i problemi generali dell'editoria; questa commissione - secondo quella proposta - doveva essere formata dai rappresentanti delle categorie interessate e dell'esecutivo; noi aggiungiamo da rappresentanti del Parlamento. La commissione potrebbe avere una funzione di controllo preventivo sulle operazioni di concentrazione. Non ignoriamo, infatti, che vi sono concentrazioni che vanno fatte perché, oggettivamente, talune imprese non possono reggere più: addirittura, un certo tipo di concentrazione, può essere salutare.

Se ciò si verificasse oggi, in una situazione di squilibrio del settore, si provocherebbe una crisi profondissima, anche politica, all'interno del sistema dell'informazione. Domani, invece, con una maggiore tutela anche del corpo redazionale, riteniamo che queste operazioni potranno essere affrontate con maggiore tranquillità. I giornalisti italiani non temono di giungere all'impatto con la realtà aziendale anche economica; deve esserci però un discorso di partecipazione a monte. Non può essere presentato il conto-spese ad esempio dopo anni di gestione fallimentare per incompetenza, e pretendere che il conto che sia accettato. Il caso del *Telegrafo* è sintomatico, proprio perché individuiamo in questa operazione una intenzione di « concentrare per uccidere », operazione che ancora non è riuscita perché - se ne sono resi conto - la situazione diffusionale in Toscana non lo consente.

Quando parliamo di liberalizzazione dei punti di vendita, non intendiamo danneggiare la categoria degli edicolanti, che è una struttura importante e che fino ad oggi è stata al servizio dell'informazione. Spero che questa Commissione voglia ascoltare anche i rappresentanti degli edicolanti,

che (non dimentichiamolo) lavorano anche 16 ore al giorno. Il giornalaio può avere anche redditi molto alti se, per esempio, ha l'edicola in via Veneto, ma che certamente non avrà quegli stessi redditi con una edicola in periferia.

Quella attuale è però una struttura fatta per servire un certo tipo di informazione. Quella dei periodici, per esempio. I periodici, in Italia, vendono 18 milioni di copie alla settimana. L'organizzazione dei punti di vendita è sufficiente per i periodici e per i grandi quotidiani. È necessario però un cenno anche al problema della resa. Se, infatti, i grandi quotidiani italiani dovessero essere presenti mettiamo in 50-60 mila punti di vendita avrebbero una resa notevolmente superiore, con gravissime incidenze sui bilanci delle aziende. Dunque, l'attuale struttura delle edicole è valida per questo tipo di informazione. L'attuale blocco discende da un patto tra gli edicolanti e gli editori; è un blocco determinato da interessi legittimi. Dovrebbe però - a nostro avviso essere introdotto, sull'esempio di altri paesi, anche un sistema di distribuzione capillare dei giornali locali; si dovrebbe cioè consentire la « polverizzazione » dei punti di vendita a quei quotidiani che desiderano essere presenti in questa forma sul mercato.

Noi riteniamo che questa diversa articolazione del settore - edicole e « polverizzazione » - non vada a danno della categoria degli edicolanti, perché l'abitudine alla lettura del quotidiano sviluppa e promuove l'accesso a tutti i tipi di lettura.

Norme legislative. Nel precedente intervento mi sono riferito al convegno svoltosi a Torino. In quella occasione, noi abbiamo ribadito il parere che, in generale, dovevano essere abrogate o modificate le norme del codice penale, la legge di pubblica sicurezza, la legge sulla stampa e la relativa novella del 1958 che, in vari modi, comprimono il dibattito e il confronto. Da queste affermazioni generali, arriviamo alle indicazioni particolari: vanno abrogate o modificate le norme in materia di vilipendio, apologia, istigazione, divulgazione di notizie false o tendenziose; inoltre, dovrebbero essere rivisti i reati di costituzione e partecipazione ad associazioni internazionali, di vilipendio alla nazione e alla bandiera, di istigazione e apologia di delitto contro la personalità dello Stato, di istigazione e disobbedienza alle leggi sull'or-

dine pubblico. Secondo noi, poi, dovrebbe essere riconosciuto al giornalista il diritto al segreto professionale (ricordo in proposito una proposta di iniziativa dell'onorevole Belci, decaduta per fine legislatura), introdotto la piena e incondizionata facoltà di prove, decisa l'abolizione delle norme anacronistiche sul segreto istruttorio, politico, militare (quest'ultimo da mantenere con adeguate garanzie).

In un convegno per la riforma della legislazione sulla stampa, tenuto a Roma e precisamente all'EUR, dal Centro di studi sul giornalismo della FNSI, gli articoli del codice penale posti in discussione furono: articolo 273: illecita costituzione di associazioni aventi carattere internazionale; articolo 274: illecita partecipazione alle associazioni di cui sopra; articolo 654: grida e manifestazioni sediziose; articolo 657: grida o notizie atte a turbare la tranquillità pubblica o privata; articolo 656: pubblicazione o diffusione di notizie false, esagerate o tendenziose atte a turbare l'ordine pubblico; articolo 272: propaganda ed apologia sovversiva o antinazionale; articolo 291: vilipendio alla nazione italiana; articolo 292: vilipendio alla bandiera o altro emblema dello Stato; articolo 293: circostanze aggravanti; articolo 303: pubblica istigazione e apologia; articolo 415 istigazione a disobbedire alle leggi.

Per quanto riguarda la sesta domanda che mi è stata posta, e precisamente la pubblicità delle fonti di finanziamento, abbiamo detto che per noi si tratta di una « norma di pulizia » nel rapporto tra giornale e lettori e data la particolare situazione attuale riteniamo che vada realizzata al più presto.

È una norma importante anche in relazione alle altre nostre proposte e in particolare alla legge antimonopolio; conosciamo tutti le difficoltà che si possono incontrare nell'individuare i monopoli, le affiliazioni, gli accorpamenti di società ecc.

Evidentemente una norma che preveda la pubblicità delle fonti di finanziamento potrà chiarire, anche all'esterno, le presenze e le partecipazioni societarie che stanno a monte dell'iniziativa editoriale.

Per quanto attiene al problema della pubblicità, con le nostre proposte non si intendono introdurre particolari meccanismi di controllo; anche noi facciamo riferimento alla naturale distribuzione della pubblicità, a quel movimento spontaneo della

clientela che si rivolge ad un certo giornale che considera più adatto alle proprie esigenze.

Abbiamo detto inoltre che il mezzo pubblicitario è importante per la struttura economica dell'azienda. Come giustamente ricordava nel corso di una precedente seduta il dottor Granzotto, delle attuali 90 lire, che sono il prezzo del giornale, 72 vanno agli editori, mentre le rimanenti 18 lire vanno distribuite nelle altre fasi.

Vorrei ancora ricordare che attualmente il costo del giornale è di 131 lire la copia; pertanto questa differenza tra costo e ricavo sottolinea l'importanza dell'apporto pubblicitario e, ovviamente, la funzione condizionante che può assumere.

Per quanto riguarda la proposta di aumentare il prezzo di vendita del giornale, i giornalisti ritengono che non sia questa l'unica strada per risolvere la crisi che travaglia l'editoria in Italia.

Evidentemente è uno dei modi per risolvere la crisi economica delle aziende; è chiaro che, proprio per la situazione di squilibrio esistente nel settore, si dovrà evitare la liberalizzazione totale del prezzo che potrebbe favorire operazioni artificiali. Per esempio, un grande giornale potrebbe mantenere, per un certo periodo di tempo, il proprio prezzo di vendita a 50 lire, con tutte le conseguenze, per gli altri giornali che è facile immaginare.

CURZI, Membro della Giunta esecutiva.
Per quanto riguarda la disponibilità della carta, vorrei segnalare la grave situazione che si è andata determinando in questi ultimi giorni.

Questa mattina abbiamo avuto delle informazioni che danno per certa la notizia secondo cui una serie di giornali, proprio per la mancanza della materia prima, non potranno uscire.

Sappiamo tutti che la carta viene assegnata in un determinato modo; è chiaro che non possiamo fare il processo alle intenzioni e quindi non sappiamo precisamente da cosa deriva una situazione del genere. Quello che è certo è che dei giornali hanno fatto degli acquisti liberi sul mercato e pertanto possono ora assorbire tutta la pubblicità.

Pertanto il problema sollevato dall'onorevole Bubbico, sulla questione della carta, diventa in questo momento di particolare attualità.

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana.* Ripeto. Siamo favorevoli all'uscita del prezzo del giornale dal « paniere » dei prezzi che vengono presi come base per la determinazione del costo della vita; non siamo favorevoli alla liberalizzazione del prezzo di vendita del giornale, che potrebbe — come detto — determinare delle situazioni artificiali.

Siamo quindi per il prezzo concordato: una volta tanto editori e giornalisti sono d'accordo.. Noi abbiamo detto che non possiamo intervenire con strumenti coercitivi nel settore pubblicitario. C'è tuttavia un modo per evitare la speculazione attraverso il canale pubblicitario: il blocco a certi livelli delle capacità operative delle agenzie pubblicitarie, cioè — è un'operazione anti-monopolistica — la fissazione di *plafond* molto rigidi oltre i quali le aziende di concessione di mezzi e le agenzie pubblicitarie non possono andare. Potrebbe essere un deterrente forse sufficiente e comunque non tale da annullare il significato della libera contrattazione in un settore tanto delicato.

MAMMI. Su di un argomento del tutto specifico ella, come anche il dottor Granzotto, ha sostenuto in questa sede la liberalizzazione del prezzo di vendita del giornale ed il passaggio ad un prezzo che potremmo chiamare « concordato ».

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana.* Concordato e controllato, politicamente.

MAMMI. Vorrei capire meglio il rapporto tra liberalizzazione del prezzo e controllo. Quest'ultimo dovrebbe intervenire con patto tra gli editori?

A mio giudizio l'alternativa dovrebbe limitarsi alla scelta tra il prezzo politico ed il prezzo concorrenziale perché nulla vieta che il patto venga violato e un editore, per riallacciarsi all'esempio fatto prima, venda il suo giornale a 50 lire.

La seconda ragione di perplessità è questa: a mio avviso, una volta fissato il prezzo, non è detto che il fatto concorrenziale si riferisca al prezzo medesimo; potrebbe riferirsi, ad esempio, a servizi particolari che presta il giornale — ad esempio esso potrebbe essere stampato a colori oppure potrebbe contenere, in determinati

giorni della settimana, supplementi dedicati alla donna, ai ragazzi, allo sport ecc. — il che darebbe vita ugualmente ad una discriminazione concorrenziale.

Che differenza c'è, inoltre, tra prezzo politico e prezzo concordato sottoposto a controllo?

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana.* Attualmente il prezzo dei giornali figura nell'elenco dei prezzi controllati, la cui lievitazione influisce automaticamente sull'indice del costo della vita, pertanto modificare il prezzo dei giornali significherebbe far salire la contingenza. Questa circostanza rende tale prezzo praticamente intoccabile e prescinde dalle variazioni dei costi aziendali dell'editoria. Quello che si chiede è che ci sia un meccanismo più snello per l'aggiornamento di questo prezzo. Ma come? Accettando le indicazioni del Comitato interministeriale dei prezzi? No, perché il Comitato valuta quello che è il costo del giornale uscito dalle tipografie (e tale costo risaliva, nel maggio scorso, a 131 lire; oggi probabilmente sarà arrivato a 140) e non tiene conto della componente pubblicitaria per cui, per esempio, se il costo dei quotidiani passasse dalle 90 lire attuali a 120 lire, il gettito che ne deriverebbe — sia pure differenziato tra quotidiano e quotidiano — sarebbe di circa 45 miliardi. Ora, poiché il *deficit* denunciato globalmente dalle aziende editoriali italiane — e queste informazioni provengono da tale fonte — ammonta a 40 miliardi, aumentare di 30 lire il prezzo del giornale vorrebbe dire non tener conto dell'apporto pubblicitario e dello sviluppo di tale apporto. Di conseguenza gli editori propongono che il prezzo non sia vincolato ad un meccanismo rigido quale il cosiddetto « paniere » dei prezzi, ma sia garantito politicamente dal Governo e fissato in modo da tener presente non solo il costo del giornale ma anche i proventi pubblicitari.

Per cui oggi come oggi basterebbe probabilmente portare il prezzo a 110 lire, sviluppando adeguatamente un'equilibrata domanda pubblicitaria con la partecipazione altresì del mezzo radiotelevisivo (sia pure adottando criteri di contenimento di quest'ultimo strumento). Presumibilmente verrebbe non dico sanato, ma certamente molto alleggerito, il *deficit* di miliardi accumulato in questi anni da molte aziende.

MAMMI. Premesso che credo si sia tutti d'accordo sul dover sottrarre il prezzo del giornale all'influenza esercitata dalla contingenza, mi sembra però che lei proponga l'accettazione, da parte dell'autorità pubblica, di un prezzo la cui analisi e determinazione si realizza fuori dell'ambito della competenza dell'autorità stessa. Allora torniamo al prezzo politico, perché quando si parla di prezzo concordato garantito politicamente, significa che gli editori concordano il prezzo che viene poi garantito politicamente, nel senso che da esso non ci si può allontanare. Pertanto il fatto che l'autorità pubblica garantisca il prezzo mi sembra un vantaggio.

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana*. Già oggi l'autorità pubblica determina il prezzo. Le 120 lire di cui si è parlato, come esempio, sono state determinate dal comitato prezzi, e così succede anche per altri settori, per le medicine, per esempio.

FALVO, *Presidente della federazione nazionale della stampa italiana*. Oggi l'iter del prezzo del giornale parte dalla valutazione preliminare della Commissione centrale carta, con il cui parere il prezzo è trasmesso al Comitato interministeriale dei prezzi.

Se sarà possibile attuare la legge sulle provvidenze all'editoria nulla vieta che, a garanzia del prezzo concordato, l'operazione di ratifica della richiesta editoriale possa avvenire in seno all'organo collegiale che dovrebbe garantire la giusta applicazione delle provvidenze stesse.

TORTORELLA ALDO. Anche in riferimento ad altre domande che sono state poste, desidero conoscere il parere della Federazione nazionale della stampa italiana su come sia possibile una diversa organizzazione della pluralità dell'informazione, quando permangono dietro molte testate gruppi economici che dispongono di risorse sproporzionate ai mezzi che altri giornali sono in grado di usare.

E di questi giorni, per esempio, l'annuncio che il *Corriere della Sera*, non solo arginerà la perdita di 5 miliardi che dichiara di aver subito negli ultimi 3 anni, ma che prevede un investimento di 20 miliardi nei prossimi 5 anni con tutte le conseguenze prevedibili, come aumento delle pagine, rinnovo dei macchinari, ecc.

Vorrei conoscere su questo punto il parere della Federazione.

Altra questione sulla quale desidererei conoscere il vostro parere, è quella relativa al controllo che si deve esercitare perché, dietro le testate, non si nasconda capitale straniero: come pensate che tale controllo possa essere attuato?

In terzo luogo, quali misure pensate debbano essere adottate nel settore della produzione della carta da stampa, per evitare che alcuni giornali (proprietà di grandi gruppi economici, o addirittura di comproprietari di cantieri) possano servirsi di carta anche più del necessario, mentre altri sono costretti a grandi economie in conseguenza della crisi internazionale del prodotto?

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana*. Dovremmo innanzi tutto dire che la presenza dei gruppi economici appare, per così dire, inquinante, per il tipo di utilizzazione che si fa dell'informazione, e per ciò che attraverso il giornale si vuole talvolta realizzare. Diciamo che oggi la situazione editoriale difficilmente consente un bilancio economico in equilibrio. Molti imprenditori privati sono in difficoltà perché la crisi del settore ha indebolito la capacità imprenditoriale e quindi i piccoli giornali di provincia, alle spalle dei quali era il piccolo industriale, sono assorbiti dal grande capitale che, unico in questa situazione di crisi può reggere i gravi disavanzi che questa attività comporta.

Di qui la nostra affermazione che il primo intervento per sottrarre il giornale a questa legge ineluttabile - perché solo un grande complesso finanziario può avere tre o quattro giornali che danno in un anno anche 5 miliardi di deficit - è il consolidamento economico della impresa, per eliminare l'alibi di chi gestisce in un certo modo l'impresa ma è al limite legittimato a farlo perché paga miliardi di deficit. Si deve quindi consolidare le imprese esistenti e crearne nuove con presupposti sani, perché l'impresa editoriale deve essere economicamente equilibrata. Le grandi imprese economiche che finanziano i giornali sono una caratteristica che denuncia eloquentemente la crisi che la stampa attraversa. Si liberi quindi economicamente l'iniziativa editoriale perché sia libera dalle pressioni e dal ricatto economico. La situazione distorta delle imprese deve essere

sanata perché altrimenti la crisi peggiorerà; si resta in un circolo chiuso che si deve invece rompere, e si può rompere, solo con iniziative pubbliche, qualificate e qualificanti.

Controllo del capitale straniero: su questa materia non ho molte informazioni. So che è stata costituita una società Lost-trust a Vaduz, nel Liechtenstein, di cui non si conoscono i soci finanziatori. Si tratterebbe comunque di capitale italiano che passa all'estero e ciò è molto meno pericoloso del passaggio di denaro vero e proprio. L'onorevole Piccoli ha fatto l'ipotesi, assai pericolosa, che gli sceicchi proprietari di immensi giacimenti di petrolio, avendo a disposizione miliardi, possano comprare tutti i giornali italiani.

Queste società finanziarie straniere potrebbero mirare a realizzare anche obiettivi politici, non so di che tipo o parte. L'attuale stato di bisogno dell'editoriale italiana lascia ampio spazio alla presenza di capitale italiano, ma consentirebbe l'intervento di capitale straniero per realizzare - ripeto - obiettivi di carattere politico anche extranazionali; e possiamo potenzialmente attribuire questo pericolo a tutte le parti politiche. Non ho prove che ciò avvenga, ma potrebbe avvenire.

Produzione della carta: sappiamo che il settore è in grave crisi da molti anni e non è scorretto dire che forse si poteva intervenire con maggiore tempestività in passato.

Il prezzo della carta è in stretta relazione con il livello dei prezzi del prodotto in campo internazionale. Sono problemi collegati, di competenza di vari Ministeri; la crisi della carta, drammatizzata in questi giorni, sta a monte quasi di tutto; può essere un pericolosissimo strumento di soffocamento.

Quali sono i giornali che possono trarne beneficio? Alcuni periodici che sono collegati alle cartiere, che usano un tipo particolare di carta, e certi quotidiani.

Le norme comunitarie impongono un chiarimento nel settore sulle sovvenzioni date dallo Stato ai giornali per integrare il prezzo della carta. Ci sembra un modo empirico per risolvere la situazione che è in crisi a livello internazionale. Gli interventi dovrebbero essere tempestivi e tali da evitare, per i quotidiani, questo tipo di crisi ricorrente che ha origine fuori d'Italia.

COTTONE. Desidero solo avere due chiarimenti dal dottor Ceschia e porgli una domanda.

Primo chiarimento: vuole chiarire cosa significa la richiesta di interventi che contribuiscano a rompere lo schema d'un'informazione a servizio delle istituzioni? Che significa?

Secondo: a proposito delle provvidenze incentivanti che dovranno avere lo scopo di privilegiare quei giornali che possano dar voce alla parte ancora muta della società. Quale sarebbe?

E vengo alla domanda. Giustamente si è parlato di abrogare talune norme che comprimono il dibattito delle idee. Questo mi pare giusto. Ma qual è l'atteggiamento della federazione nazionale della stampa italiana a proposito della proposta presentata l'anno scorso (non ancora legge) dal partito socialdemocratico tedesco, che propone di attribuire ai Länder, ossia alle regioni, il potere di obbligare il giornale a riportare con lo stesso spazio e carattere un articolo scritto in senso contrario a quello pubblicato dal giornale? La federazione nazionale della stampa è favorevole o no a questa proposta?

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana.* L'affermazione che l'informazione in Italia è in gran parte al servizio delle istituzioni presuppone, da parte nostra, una analisi ed una ricerca che stiamo facendo nell'ambito della categoria ormai da tempo. Abbiamo individuato in questo tipo di atteggiamento una delle cause fondamentali della scarsa penetrazione e credibilità della stampa, soprattutto quotidiana, in Italia. Essere al servizio delle istituzioni è un concetto di carattere generale che può essere documentato.

TORTORELLA ALDO. Non si riferisce certamente alle istituzioni democratiche.

COTTONE. E proprio su questo punto che desideravo una precisazione da parte del dottor Ceschia.

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana.* Assolutamente, non ci riferivamo alle istituzioni democratiche; istituzioni - per capirci - possono essere anche considerati a

un certo punto i partiti extra-parlamentari. Noi consideriamo che, nella stragrande maggioranza, i giornali servono una certa fascia di interessi esistenti nel paese; sono interessi numerosi, ma non sono certo la totalità. Ho qui una statistica che riporta gli indici di non lettura dei quotidiani in Italia.

COTTONE. Ma queste cifre riguardano la parte sorda, non quella muta.

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana.* Riguardano quella che non può esprimersi. Mi riferisco ai sindacati, alle realtà territoriali che non coincidono con i comuni, con le province e con le regioni. Ci sono comunità (parlo dei quartieri) che agitano problemi che incidono su entità di anche 300 mila abitanti. Ricordo, poi, le comunità religiose che, secondo la Costituzione, dovrebbero essere tutelate; ci sono movimenti politici che sono oggettivamente muti, non perché non si facciano sentire di quando in quando, ma perché l'atteggiamento che ha l'informazione nei loro confronti è un rapporto paternalistico.

Questo è il significato che noi intendevamo dare. Abbiamo detto di privilegiare le cooperative dei giornalisti proprio perché, staccate da ogni influenza, possono essere veramente il tramite più corretto e più ampio di tutte le espressioni della società italiana.

Per quanto concerne la proposta tedesca, la Federazione della stampa rifiuta questo tipo di obblighi; gli obblighi (come quelli del « codice generale di comportamento ») sono strumenti attraverso i quali si può realizzare la sopraffazione, il condizionamento della libertà di stampa. Naturalmente, non do un giudizio su questa iniziativa in particolare; dico soltanto che un giornale che vuole veramente essere completo, porrà sicuramente in contraddizione le due tesi, e le pubblicherà nella stessa edizione anche perché ciò gli conviene dal punto di vista della diffusione; ma si comporterà così senza un obbligo preciso fissato da una norma legislativa. È nell'interesse del giornale presentare contestualmente le tesi in contrapposizione.

Se in Germania qualcuno ha avvertito una necessità di questo genere, devo dire che allora i problemi della stampa tedesca sono veramente gravi.

COTTONE. Nel momento in cui si propone l'abrogazione di tutte quelle norme a cui lei ha fatto cenno, e incentivando l'elemento dell'autocontrollo, quali strumenti avrebbe in mano la società per difendere se stessa nei confronti di una verità che potrebbe essere falsata? Se si abrogano tutte le norme, quale difesa rimane?

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana.* C'è il diritto alla rettifica della persona che ritiene di essere stata lesa da una notizia; anzi a questo proposito vorremmo che questo diritto fosse esteso anche alla radio e alla televisione.

Naturalmente si dovrà prevedere qualcosa che individui con sicurezza il titolare dell'interesse da tutelare. Comunque correttezza vuole che un direttore di giornale non rifiuti mai la pubblicazione di una rettifica, anche perché in un certo senso costituisce anche essa ulteriore notizia.

BAGHINO. Il settore religioso ha il maggior numero di stampe a disposizione.

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana.* Non mi riferivo all'informazione religiosa, ma alle comunità religiose che ritengo siano una cosa diversa.

A questo proposito vorrei ricordare che proprio la Costituzione prevede che queste comunità possano autonomamente avere a disposizione gli strumenti per lo sviluppo della loro presenza anche informativa.

Per quanto riguarda le esigenze della cronaca, non si può non riscontrare la scarsa rispondenza di molti quotidiani a questa particolare esigenza dell'informazione; per esempio a Roma, che conta ormai più di 2 milioni di abitanti, abbiamo soltanto cinque o sei giornali di cronaca, per non parlare di Milano e di Torino.

BAGHINO. Non sono impedito le pubblicazioni locali; per esempio esistono dei giornali a Ostia e all'EUR.

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana.* Non diciamo che è impedita l'informazione di queste realtà; diciamo che sono realtà che devono avere voce e che lo Stato deve mettere a disposizione gli strumenti idonei affinché questi problemi siano meglio conosciuti.

TRIVA. Vorrei riprendere la espressione « inquinamento » che ho sentito nel corso della discussione, perché mi sembra che si riferisca a dei problemi fondamentali di questa nostra indagine.

Vorrei richiamarmi proprio all'aspetto sollevato dall'onorevole Tortorella che ha delle implicazioni e delle testimonianze piuttosto clamorose.

In diverse occasioni ho sentito parlare della distinzione tra impresa editoriale e azienda giornalistica e dell'esigenza di perseguire quello che è chiamato l'equilibrio economico dell'azienda come uno degli strumenti atti a garantire quella pluralità dell'informazione.

A questo proposito quale è il giudizio della Federazione della stampa su questo andamento abbastanza atipico del mercato delle imprese editoriali? Infatti, se qualunque altra impresa industriale presente sul mercato dovesse avere l'andamento di gestione che registrano la maggior parte dei giornali, l'eventuale valore di vendita sarebbe praticamente zero. Pertanto come si spiega che giornali con pesanti passività abbiano un valore così rilevante sul mercato? Credo che la risposta sia contenuta in parte anche nell'introduzione che ha fatto il dottor Ceschia; cioè, alla base di tutto c'è un processo di concentrazione, quindi quell'inquinamento di attività economiche di gruppi finanziari non legati all'attività editoriale che si dedicano a questa attività editoriale in funzione di altri interessi.

Se si guarda il quadro più generale dell'economia italiana si può constatare l'alto livello di penetrazione raggiunto dal capitale straniero soprattutto in termini di società multinazionali.

Non ritiene la Federazione della stampa che questo problema meriti in ogni caso una estrema attenzione ed un approfondimento?

Inoltre vorrei sapere se la Federazione della stampa ha notizie per quanto riguarda il capitale straniero nel settore della stampa.

La seconda domanda che volevo rivolgere si ricollega e si richiama al livello ormai raggiunto nelle concentrazioni dalle partecipazioni proprietarie. A questo proposito è stato compilato un elenco di gruppi di giornali che si ricollegano ad una unica matrice proprietaria. La Federazione della stampa, con una ampiezza veramente apprezzabile, ha formulato un quadro di

proposte molto interessanti, alcune delle quali investono aspetti giuridico-formali, di disciplina e di normativa ed altri riguardano invece contributi, benefici ed agevolazioni da dare all'attività editoriale.

Fra i parametri oggettivi la Federazione della stampa considera e colloca anche quella che potrei definire la lealtà costituzionale, cioè il rispetto e la fedeltà ai principi di fondo che regolano la nostra società? In che modo poi pensate a parametri oggettivi, e con quali meccanismi contrapposti? Se, cioè, questa oggettività deve andare a premiare concentrazioni già realizzate anche contro il pubblico interesse o se invece stimolare, promuovere l'intervento di nuove testate e, particolarmente, di quelle che sono più esposte?

Se non ho capito male, il dottor Ceschia si è dichiarato favorevole ad una liberalizzazione dei punti di vendita, cosa sulla quale non sono d'accordo.

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana.* No, non mi sono espresso favorevolmente.

TRIVA. Allora cade il quesito che volevo rivolgerle, perché anch'io concordo con lei. Vorrei sottolineare tuttavia come la liberalizzazione dei punti di vendita significherebbe moltiplicazione delle « rese », sostegno diretto od indiretto di grandi testate che hanno dietro grandi potenze economiche o finanziarie. Non mi soffermo comunque oltre su questo argomento, dato che lei non ha sostenuto questa tesi.

Ultima domanda: senza fare riferimento a nessun caso specifico, in che misura, in che senso e su quali aspetti particolari la piattaforma delle vertenze in atto investe ed interessa il problema della riforma dell'informazione?

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana.* Per quale motivo le testate vengono vendute a prezzi tanto elevati? Perché evidentemente l'azienda editoriale non ha valore soltanto per l'impianto, la tipografia od il numero delle copie vendute ma soprattutto quale strumento di penetrazione e di pressione. Si paga cioè (quello che noi, come giornalisti, non vorremmo) il servizio che questa informazione rende a questo o a quel centro di potere; servizio che pare sia molto utile e molto redditizio se è vero, come è vero, che aziende

industriali sanissime, che non si permetterebbero mai di avere un *deficit* di cinque miliardi, acquistano giornali con *deficit*, appunto, di cinque miliardi.

Questo tipo di scelta significa che nella valutazione di un certo giornale, ad un determinato momento disponibile sul mercato - e qui mi riallaccio al discorso che facevo prima a proposito delle grandi imprese che oggi stanno a monte dell'iniziativa editoriale - si prende in considerazione proprio il valore di una informazione che noi consideriamo non corretta o, per lo meno, non in linea con i principi che devono regolare la nostra funzione professionale. Non siamo in grado comunque di quantificare questo valore, anche perché molte volte ci sfugge il tipo di servizio che un giornale rende. Emergono tuttavia episodi scandalistici; come, ad esempio, quello della redazione di un giornale del nord che ha proclamato uno sciopero perché il direttore aveva deciso di non dare notizia della condanna di un gruppo di industriali che non avevano osservato le norme previdenziali.

Noi dobbiamo supporre che le aziende acquirenti diano un valore preciso al servizio loro reso dall'informazione, altrimenti non si capirebbe l'appetibilità di certe testate.

Come Federazione nazionale della stampa italiana riteniamo pericolosissimo il rischio della presenza di capitale straniero e di società multinazionali nell'editoria italiana ed in proposito, anche se non abbiamo una documentazione molto ampia, nutriamo fondati sospetti. Riteniamo comunque che il grande capitale straniero diminuisce la sua pericolosità potenziale, nella misura in cui si individuano norme di garanzia per il corpo redazionale. Questo pericolo con questo mezzo non è certo completamente eliminato, ma allontanato.

Ci si chiede di proporre nei parametri per la distribuzione delle provvidenze, anche la « lealtà costituzionale ».

La Federazione della stampa è rinata il 26 luglio del 1943; è una organizzazione democratica, che si richiama alla Costituzione repubblicana, che ritiene essere compito dei giornalisti concorrere allo sviluppo di una società democratica ed antifascista.

Certo, mi sembra difficile individuare parametri discriminanti in questo settore; l'auspicio che possiamo fare, come giornalisti democratici, è che essi siano automatici nascano nella popolazione, producano

automaticamente effetti verso presenze informative in contrasto con il dettato costituzionale.

Come ho detto anche poco fa, rispondendo all'onorevole Cottone noi, come sindacato dei giornalisti, siamo contrari alla istituzionalizzazione di blocchi, di divieti; non possiamo fare un certo tipo di proposte, quando contemporaneamente chiediamo che vengano soppresse proprio tutte quelle norme che possono essere usate come strumento di compressione di una più ampia articolata presenza dei giornali.

Per questo riteniamo che sia un impegno morale dei giornalisti italiani attestarsi su queste posizioni.

Se le provvidenze venissero erogate in questo momento, al di fuori di quel contesto di riforma generale che andiamo proponendo, esse cadrebbero a pioggia sulle grandi aziende, con effetti moltiplicatori sulla concentrazione; pertanto approfondirebbero i solchi che dividono le iniziative.

Per questo noi portiamo avanti un discorso contestuale, cioè l'intervento pubblico è possibile con provvedimenti concreti, finanziamenti, appoggi e agevolazioni, soltanto nella misura in cui ci sia anche un intervento che consenta di mutare i rapporti di forze all'interno del sistema, per renderlo più giusto; soltanto in quel momento le provvidenze assumeranno anche una legittimità costituzionale.

Questa è una condizione fondamentale, così com'è fondamentale operare una discriminazione precisa di carattere politico, per non premiare le concentrazioni. A tal fine chiediamo una norma antimonopolistica e la pubblicità delle fonti di finanziamento, che consenta di individuare i collegamenti di gestione, di interessi, ecc.

Chiediamo di più: norme disincentivanti la concentrazione, e quindi discriminatorie in maniera positiva, per dare all'azienda editoriale quel carattere di impresa unica, non collegata, che vive e si sviluppa autonomamente ed indipendentemente. In questo senso deve essere vista la nostra proposta di stimolare le nuove iniziative.

Inoltre bisogna dire che, se da una parte sono necessarie misure disincentivanti, dall'altra ne servono altre incentivanti, per quanto riguarda, per esempio, le cooperative dei giornalisti; quindi alcune misure di segno positivo, altre di segno negativo, tutte per realizzare la stessa finalità.

Per quanto riguarda i punti di vendita, che oggi sono strutturati per servire la

grande editoria, bisogna trovare un sistema che consenta anche alla piccola editoria di svilupparsi, in un certo modo, con propri mezzi.

PRESIDENTE. Con « propri mezzi », cosa intende dire?

CESCHIA, Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana. Intendo la possibilità di realizzare particolari iniziative diffusionali.

PRESIDENTE. Lei indubbiamente è a conoscenza del fatto che alcuni giornali non possono essere distribuiti nel circuito nazionale, a meno di pagare i distributori.

CESCHIA, Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana. Questa è la grande distribuzione. Una proliferazione delle edicole è impossibile; esistono altri mezzi, per un giornale, per essere presente. Ho visto io stesso, a Parigi, un rivenditore che distribuiva soltanto *Le monde*. E poi abbiamo un esempio lampante proprio in Italia, dove il settimanale più diffuso non è venduto nelle edicole. Non c'è più lo strillonaggio, e non esiste da noi la distribuzione del giornale a domicilio. In Italia non esiste nemmeno l'abbonamento all'edicola, che è un modo abbastanza semplice di organizzarsi.

TORTORELLA ALDO. Ma se abbiamo 600 mila copie, la domenica, in abbonamento all'edicola.

CESCHIA, Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana. Non voglio citare un'iniziativa in particolare. Mi riferisco alla consegna a domicilio in uso nella mia regione, o il Trentino. Gli abitanti sono abituati a trovare ogni mattina il latte e il giornale dietro la porta; l'incidenza della lettura in quelle regioni è più elevata. Comunque questa struttura di base va bene e serve mediamente interessi di piccoli, medi e grandi editori di quotidiani e settimanali. Comunque certi blocchi devono essere superati.

Circa le vertenze in atto e il loro collegamento alla riforma generale dell'informazione, devo dire che vi sono vertenze che riguardano la presenza dei corpi redazionali all'esterno. È quindi rilevante l'auspicio fatto che vi sia rispetto per il lavoro della Commissione da parte di tutti i settori editoriali.

Queste vertenze si collegano alla riforma dell'informazione; non risolverle in modo corretto significherebbe modificare il panorama editoriale in Italia; è un'operazione che non dovrebbe essere consentita affinché le conclusioni della Commissione e gli eventuali provvedimenti che saranno adottati dal Governo possano incidere su un terreno non ancora completamente compromesso. Se le operazioni che hanno provocato queste iniziative sindacali fossero portate a compimento, il danno sarebbe irreversibile e annullerebbe in gran parte lo sforzo che questa Commissione e tutti i partiti intendono realizzare. Per questo riconfermo la nostra disponibilità a iniziative per il rispetto di questo tipo di politica.

NICCOLAI GIUSEPPE. Una brevissima domanda. Se si guarda alla natura delle proprietà dei giornali si intravedono due grandi blocchi: complessi industriali e gruppi politici che, praticamente, si comportano allo stesso modo. È nota la terapia che la federazione nazionale della stampa propone nei confronti del primo gruppo: che cosa propone nei riguardi del secondo gruppo non meno tirannico del primo?

CESCHIA, Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana. In linea generale la stessa terapia. Il discorso non cambia quando la pressione invece di provenire da un gruppo di potere economico proviene da un gruppo di potere politico, istituzionalizzato o meno che sia.

Il discorso non si può estendere ai giornali di partito; va diversificato perché i giornali di partito sono iniziative di rilievo costituzionale per cui è obbligatorio l'intervento pubblico per consentire a tutti i partiti di avere un proprio giornale; vi sono ancora partiti in Italia che non ce l'hanno.

Quindi la « terapia di contrapposizione » è la stessa, sia che la pressione sia esercitata da gruppi di potere politico od economico. Se l'autorità editoriale scavalca la redazione, si tratti di proprietà illuminata o conservatrice, il discorso non cambia. È comunque un atto di sopraffazione nei confronti del corpo redazionale.

Vi sono in Italia casi di quelli che lei cita. Noi li conosciamo e sappiamo che probabilmente la riforma dell'informazione aiuterà questi giornali ad uscire da quel

tipo di protezione paternalistica. Non c'è nessun corpo redazionale che tolleri volentieri una pressione che non consenta di fare il proprio dovere.

ARTALI. Il dottor Ceschia ha già preso posizione sulla inscindibilità dei provvedimenti di sostegno dalle norme da stabilire in materia di concentrazioni di statuto dell'impresa. La tesi invece della urgenza assoluta - indipendente da altri interventi - degli interventi di sostegno economico trae il suo fondamento da una valutazione che abbiamo sentito dal dottor Granzotto sul fatto che l'editoria giornalistica sarebbe in crisi per ragioni esclusivamente economiche. Vorrei chiedere se non ritiene che, invece, le ragioni della crisi non siano soltanto di natura economica e se esistono delle responsabilità imprenditoriali che consistono soprattutto nella accettazione, per una parte dell'editoria, di un ruolo subordinato dell'informazione nei confronti di esigenze esterne a quelle della funzione propria dei giornali.

Seconda questione: il dottor Granzotto ci ha detto che esiste un processo di concentrazione nella partecipazione azionaria nelle testate, ma ha escluso che esista (mi è sembrato anche a livello di tendenza) un processo di concentrazione delle testate. A noi sembra che esista, invece, anche questo processo, non soltanto per quanto si è verificato negli anni passati, ma anche perché le concentrazioni delle partecipazioni azionarie ci pare che portino con loro una spinta anche all'altra concentrazione. Si potrebbero fare degli esempi, ma possiamo farne a meno. Qual è il parere della Federazione su questo punto?

Terza domanda: mi sembra che quello che sta avvenendo nella proprietà stia determinando un peggioramento almeno per alcuni casi nei rapporti con i lavoratori delle aziende giornalistiche. Vorrei sapere se questo fenomeno è ristretto, oppure se rappresenta una tendenza generale nei rapporti interni delle aziende.

Ho in mente un caso, anche se non chiedo una risposta specifica, quello del *Corriere della Sera*; ecco, vorrei sapere se questo fenomeno di deterioramento nei rapporti interni si sta verificando su scala abbastanza ampia.

Ultima questione, quella delle agenzie. Il dottor Ceschia ha fatto riferimento alla situazione delle agenzie, ed ha posto in rilievo l'esigenza di salvaguardare il plu-

ralismo delle testate. C'è un'agenzia base - l'ANSA - sulla quale il presidente degli editori ha dato una valutazione positiva, come d'altra parte ha fatto anche lei, ma io vorrei sapere se con l'attuale struttura di gestione - è cioè il fatto che il bilancio dell'azienda è in larga misura coperto da contributi da parte dello Stato con convenzioni - non si determini una subordinazione effettiva o potenziale di questa agenzia alle direttive dell'esecutivo o di qualche componente dello stesso, senza alcuna forma di controllo.

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana.*

Anche a nostro avviso i mali dell'editoria italiana non hanno origini di carattere economico soltanto; ecco perché il discorso della contestualità: non possiamo accettare il discorso della crisi dell'editoria da risolvere con interventi immediati. Le norme per la pubblicità delle fonti di finanziamento sarebbero estremamente semplici, come lo sarebbero quelle per una legge anti-trust. Basterebbero poche settimane per formulare proposte che possano comprendere l'intero panorama e legittimino gli interventi.

Per questo noi abbiamo auspicato la contestualità e mettiamo a disposizione tutta la nostra esperienza proprio perché si raggiunga questo risultato. Non si tratta, ripeto, soltanto di cause di natura economica; ciò è dimostrato da tutta una serie di circostanze.

Abbiamo ricevuto come i giornali abbiano perso credibilità; quando, invece, la riacquistano si sviluppano contemporaneamente ai « movimenti » di liberazione del giornale stesso; aumentano la diffusione e la presenza. Gli editori sono stati costretti a mettere il loro giornale al servizio di qualcuno, proprio per le famose integrazioni di bilancio. Ritengo che in Italia vi siano persone che vogliono fare gli editori; oggi, però, costoro sono sconcertate da una situazione anche giuridica che pone l'azienda editoriale sullo stesso livello di quella che fabbrica scatole di sardine. Certi editori lo hanno fatto per seguire disegni politici, altri per motivi diversi e altri ancora vi sono stati costretti; ritengo che, anche al di fuori della categoria, vi siano nuove forze che, però, non hanno le condizioni per manifestarsi.

Evidentemente la concentrazione della partecipazione azionaria, oggi come oggi,

con la legislazione di cui possiamo servirci, comporta anche la concentrazione politica. In passato abbiamo assistito, al verificarsi di determinati episodi, a singolari prese di posizione uniformi da parte di larghi schieramenti della stampa; ciò è sintomatico di una certa situazione, di certi comportamenti che presuppongono, a monte, un collegamento non solo azionario tra le imprese. Noi chiediamo garanzie affinché tutto ciò non avvenga e perché il corpo redazionale possa in qualche modo evitare che l'operazione azionaria corrisponda alla concentrazione politica.

La terza domanda che mi è stata posta, e cioè il peggioramento dei rapporti interni nell'azienda giornalistica. Vorrei far rilevare che questo deterioramento è determinato da un diverso modo di concepire l'informazione, la funzione dell'informazione, tra il corpo redazionale e gli editori.

Mi riferisco alla quarta domanda e cioè alle agenzie; nel corso dell'altra seduta ho detto, senza mezzi termini, che l'ANSA è una agenzia che funziona molto bene soprattutto tenendo conto della mancanza di una normativa particolare per cui è affidata completamente alla responsabilità e correttezza del direttore e dal corpo redazionale. Con tutte le difficoltà e tutti gli inconvenienti del meccanismo misto, quale quello della RAI, di una società privata che sostanzialmente viene per così dire pubblicizzata per un intervento degli organi pubblici.

Non vogliamo auspicare la pubblicizzazione dell'ANSA; su questa particolare materia la Federazione della stampa non ha ancora elaborato proposte concrete. Nel corso della precedente seduta facevamo riferimento ad agenzie di altri paesi che hanno statuti che (meglio di un corpo redazionale responsabile e di un direttore attento) possono garantire la collettività sulla gestione di questi strumenti.

Indubbiamente, al momento attuale, siamo in presenza di una situazione irregolare e pertanto è urgente un intervento volto a chiarire tutto il problema.

Per esempio si potrebbe far riferimento alle agenzie straniere cui ho accennato e alle altre agenzie presenti in Italia, per garantire una migliore articolazione al fine di sottrarre l'agenzia « ufficiale » a quella che lei ha indicato come « accentuata sensibilità » nei confronti di certi poteri, come l'esecutivo o i partiti.

MALAGUGINI. Se ricordo bene, nel corso della sua esposizione, il dottor Ceschia ha parlato della situazione della concentrazione delle partecipazioni proprietarie esprime anche una pluralità di linee di politica dell'informazione ovvero se si tratta soltanto di una ripartizione, in un certo senso, del « mercato » dell'informazione in Italia.

Inoltre, desidererei sapere se, oltre al fenomeno della concentrazione nelle partecipazioni proprietarie, esiste anche, e in qual misura, un fenomeno della concentrazione delle fonti di informazione; se indipendentemente cioè dalla presenza di determinati gruppi economici nella proprietà di determinati giornali vi sia un passaggio di notizie, di articoli, attraverso i quali il gruppo proprietario di una determinata catena di giornali di fatto determina anche la politica dell'informazione, la linea, di giornali estranei al gruppo medesimo. z

La terza domanda riguarda il problema già sollevato dal collega Artali, delle agenzie di informazione, a proposito delle quali fino ad ora ci si è limitato a parlare dell'ANSA.

Al contrario, esiste una pluralità di agenzie, anche se è innegabile che le notizie diffuse dall'ANSA acquistano per ciò solo un certo carattere di ufficialità. A questo proposito, vorrei sapere se le notizie diffuse dall'ANSA sono frutto della libera attività dei giornalisti che ne compongono il corpo redazione o sono viceversa la pura e semplice riproduzione di notizie redatte o riviste dagli organi governativi ai quali le notizie stesse vengono attribuite.

In relazione a questo medesimo argomento sarei grato al dottor Ceschia se ci parlasse anche del fenomeno delle veline; in che cosa esattamente consista questo fenomeno, in quale rapporto si colloca la distribuzione delle veline rispetto alla distribuzione delle notizie da parte delle agenzie.

Una quarta domanda riguarda la pubblicità. Il collega Bubbico ha affrontato questo problema come se i termini di esso fossero puramente economici.

BUBBICO. Non ho trattato temi, ho indicato gli argomenti.

MALAGUGINI. Allora escludo il collega Bubbico e dico che il problema della pubblicità è stato posto dal dottor Granotto in termini di pura scelta e conve-

nienza economica; egli, cioè, ha detto che non è pensabile una qualunque disciplina nella distribuzione della pubblicità, dal momento che ogni imprenditore non può non essere libero nella scelta del canale che, ovviamente, dovrebbe essere tale da garantire la maggiore o la migliore diffusione della notizie pubblicitaria.

Le consta, dottor Ceschia, che, viceversa, la distribuzione della pubblicità non ubbidisce sempre a criteri di questo genere? Che essa prescinda cioè, in una certa misura ed in certe occasioni, dalla diffusione quantitativa e qualitativa del mezzo pubblicitario impiegato così da rappresentare, in sostanza, un mezzo di finanziamento di determinati organi di stampa? Non ritiene, come a me sembra, che si arrivi anche a vere e proprie preclusioni nei confronti di determinate testate?

Una successiva domanda si riferisce a quanto lei ha dichiarato a proposito di una propensione della Federazione alla abrogazione di talune ipotesi criminose previste dal vigente codice penale e limitative della libertà di espressione. È ovvio che, a tale riguardo, la mia parte politica è d'accordo con siffatta impostazione, ed aggiungo che all'esame del Parlamento, esistono già strumenti legislativi, da noi predisposti per l'abrogazione dei reati di opinione. Lei non ritiene che ad un regime di maggiore libertà di stampa (esente cioè dai condizionamenti derivanti da divieti penalmente sanzionati) debba corrispondere, per quanto attiene alla tutela dei diritti delle persone che possono essere lesi dalla notizia giornalistica, una precisa responsabilizzazione di chi quella notizia ed in quel modo ha redatto, liberando il direttore del giornale da una sorta di responsabilità oggettiva, che rimane malgrado gli ultimi accorgimenti legislativi adottati?

CESCHIA. *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana.*

Ad avviso della Federazione il fatto che si realizzino diverse concentrazioni proprietarie - e cioè che non ci sia una unica concentrazione in tutto il Paese - non significa che esistono varie « linee informative », significa che c'è una pluralità di centri di potere, talvolta in contrasto fra loro, che acquisiscono i servizi di un gruppo di testate per realizzare propri fini. In questo modo si realizza una singolare pluralità di informazioni

dalla quale, talvolta, evinciamo versioni contrastanti di un medesimo fatto. Ma non si tratta certo della pluralità e dell'articolazione dell'informazione che invece si avrebbero a seguito di una liberazione degli organi di stampa, né di una pluralità che corrisponde non allo scontro di interessi ma alla presenza nella società italiana di varie componenti. Quindi non c'è una maggiore pluralità solo per il fatto che le concentrazioni proprietarie sono più di una.

La seconda domanda riguardava le fonti d'informazione e cioè se qualcuno dall'esterno può condizionare, col potere economico di cui è titolare, la linea di un giornale. Noi riteniamo che oggi ciò possa avvenire, soprattutto per le esigenze di difendenza economica che hanno i giornali, eliminando le quali si sottrae il giornale stesso da un tipo di pressione, da un allettamento che, in certe condizioni di bilancio, sono comprensibili. In altre parole questi grossi organismi finanziari non solo impongono certe impostazioni e certe tesi ai propri giornali ma, essendo generalmente produttori di pubblicità, riescono, attraverso di essa, a condizionare una serie di altri giornali.

Ebbene, *Il Mattino* ha certi proventi pubblicitari perché è « capo-zona », *La Gazzetta del Popolo*, invece, si vede ridotta la fetta pubblicitaria, malgrado l'alta diffusione, perché in Piemonte non è il giornale « capo-zona »; ed in questa circostanza va individuata l'origine della crisi in cui si trova.

Bisogna agire affinché non si creino monopoli nella pubblicità, che possono influenziare e determinare un indirizzo.

Per quanto riguarda l'ANSA, dei suoi comunicati si servono tutti i giornali, perché è utile venire a conoscenza di notizie non commentate al fine di una visione obiettiva della situazione. Se consideriamo la mole di comunicati ufficiali che l'agenzia dà durante la giornata, vediamo che la parte informativa - e quindi redazionale - è la più notevole; è questo un riconoscimento indiretto che facciamo al corpo redazionale dell'ANSA.

Per quanto riguarda la quinta domanda, relativa alla responsabilità oggettiva del direttore, devo dire che siamo contrari; vi sono direttori, in Italia, che hanno accumulato centinaia di denunce. Riteniamo che questo non sia giusto, e che piuttosto vada responsabilizzato l'autore del sin-

golo articolo. Non ci si deve poter nascondere dietro un altro per sfuggire a responsabilità penalmente perseguibile.

Io non sono un giornalista parlamentare, perciò non conosco molto bene il meccanismo delle veline; però, se attraverso la velina cresce l'informazione all'agenzia, purché si resti in un ambito di correttezza e non ho motivo di dubitare che ci sia si tratta di un patto positivo:

POLI. Come vede lei, in prospettiva, la presenza in Italia di quotidiani proprietà di case editrici operanti nell'ambito della Comunità Europea; si tratta, in questo caso, di giornali con capitale straniero, oppure no?

Per quanto riguarda la libertà di vendita dei giornali lei, dottor Ceschia, è d'accordo per la vendita casa per casa?

Dando una risposta, lei ha citato il caso de *Il Telegrafo* di Livorno che, secondo me, è emblematico al fine di illustrare i metodi seguiti per eliminare una testata considerata scomoda da parte del gruppo proprietario. Questo avviene quando c'è la concentrazione.

Vorrei chiedere, anche per avere una sua risposta precisa, quali sarebbero i provvedimenti da adottare con urgenza per impedire o frenare questo aspetto della battaglia della concentrazione, che mi pare che sia la cosa più grave ed urgente da discutere.

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana.*

Il discorso fatto sul capitale straniero, deve essere in parte diverso per quanto riguarda la CEE; vi sono diritti che, obiettivamente, non possono essere limitati. Ma - aggiungo - anche in questo caso esistono interessi precisi, di carattere nazionale, da salvaguardare.

Attualmente una sana impresa editoriale tedesca, con difficoltà probabilmente si collegherebbe ad un'iniziativa editoriale italiana, dato il rischio obiettivo che correrebbe stante la situazione economica.

C'è stata un'iniziativa recentissima di un giornale che ha creato un mensile a quattro voci: Londra, Parigi, Bonn, Torino. È un tipo di collaborazione che va favorita, ma è la prima esperienza. Non credo che vi sia pericolo nell'intensificarsi del rapporto, purché avvenga alla luce di una vera intenzione editoriale. Quello che ci preoccupa ora è la presenza di un

eventuale capitale straniero per fini diversi da quelli dell'impresa giornalistica, che sono economici e giornalistici insieme.

Per quanto riguarda la CEE vi dovranno essere norme di collegamento alla normativa generale e quindi il Governo dovrà intervenire. Sappiamo che in base a norme comunitarie o solo in certa misura, come il settore della carta.

La diffusione caso per caso: siamo favorevoli alle iniziative che puntino alla iniziative che puntino alla massima diffusione. La vendita casa per casa si realizza ovunque e in molti paesi è alla base del successo di iniziative editoriali. Chiediamo che non vi siano blocchi e discriminazioni, fatti che vietino queste iniziative.

Strettamente collegata è la terza domanda. Le pagine provinciali sono la caratteristica di numerosi giornali italiani e costituiscono una formula di successo. In alcuni casi si tratta di un « supporto » al successo del giornale, come per *Il Corriere della sera*, mentre - ad esempio - l'affermazione de *Il resto del Carlino* o de *Il Gazzettino di Venezia* va riferita a questa articolata presenza nelle varie regioni e provincie. È una delle tendenze che il Governo dovrebbe favorire: la pagina provinciale può corrispondere alle esigenze di una piccola comunità; quindi il processo di annullamento di queste pagine è negativo. Se *Il Gazzettino di Venezia* decidesse di far uscire solo un'edizione nazionale, sarebbe una catastrofe, un suicidio, almeno per i primi tempi. Si potrebbe quindi studiare l'opportunità di provvedimenti a sostegno di queste presenze provinciali, che non si sostituiscono ai giornali provinciali, ma potrebbero essere integrative.

Abbiamo provincie in cui arrivano più giornali regionali con edizioni provinciali: anche se non vi sono giornali locali, vi è in questi casi un'articolazione interessante che va salvaguardata: non si tratta di rami secchi, ma di veri e propri punti trainanti del giornale.

POLI. Sarebbe favorevole ad istituire un controllo sulla possibilità di eliminare le cronache locali?

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana.*

Il controllo sulla concentrazione delle testate provinciali non è proponibile e

attuabile. Può sopperire l'iniziativa dei corpi redazionali in difesa di presenze valide per una volta.

PRESIDENTE. Sospendo data l'ora la seduta. Il seguito dell'audizione riprenderà nel pomeriggio.

La seduta, sospesa alle 12,30, è ripresa alle 16,45.

PRESIDENTE. Riprendiamo l'audizione del dottor Ceschia.

DE MICHIELI VITTURI. Vorrei chiedere al dottor Ceschia se le risulta che le regioni, in taluni casi, contribuiscono ampiamente al finanziamento della stampa, anche della stampa quotidiana. Siccome questi contributi vengono concessi non dal consiglio regionale, ma della giunta regionale, lei ritiene che ciò sia una cosa buona o non appartenga, piuttosto, alla sfera di quelle iniziative che ha criticato?

Lei ritiene che i contributi concessi alle minoranze cosiddette etniche devono servire non soltanto per sostenerle, ma anche per inventarle?

Poiché lei ha parlato della dignità professionale, della libertà e del prestigio del giornalista e della completezza dell'informazione, le domando se questi principi vengono rispettati presso la Rai-Tv e in caso negativo che cosa si propone di fare la Federazione della stampa affinché non si prolunghi ulteriormente una situazione di questo genere.

In questi giorni ho letto per pura combinazione che è stato nominato presso un settimanale un direttore con il gradimento del comitato di redazione e che la nomina è stata subordinata al gradimento di tale comitato. La Federazione della stampa ritiene che si possa difendere non solo la dignità professionale del giornalista, ma anche quella del direttore? Non ritiene il dottor Ceschia che l'articolo 6 del vigente contratto nazionale di lavoro giornalistico contenga qualcosa di più di quello che egli ha detto questa mattina e che per l'avvenire debba essere precisata la personalità del direttore non soltanto come rappresentante dell'editore o della proprietà, ma anche come giornalista la cui dignità debba essere tutelata?

Ritiene che la libertà del giornalista corrisponda alla libertà del cittadino-letto-

re di avere un'informazione completa, dal momento che tale libertà deriva dalla serietà e dalla obiettività dell'informazione che il cittadino riceve?

CESCHIA, Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana.

Mi risulta che alcune regioni (pochi sono i casi che riguardano la mia regione) contribuiscono direttamente al sostentamento dei giornali quotidiani. Non ritengo che questo sia il metodo migliore per sostenere un giornale. Le regioni possono svolgere, nel rafforzamento del sistema dell'informazione, un ruolo eccezionale (soprattutto per favorire lo sviluppo di quell'informazione locale, la cui carenza si sente in modo preoccupante); e non soltanto per l'informazione quotidiana dove gli investimenti sono molto consistenti e pertanto gli impegni finanziari possono anche essere proibitivi, ma anche a favore dell'informazione periodica, settimanale, bisettimanale e trisettimanale, come avviene in alcune zone del nostro paese, e che svolge una funzione importante articolando il panorama dell'informazione. La Federazione ritiene che le regioni devono intervenire in base a norme di legge e a meccanismi quasi automatici. Oggi le regioni possono soltanto operare con contributi a fondo perduto, forse anche per sensibilizzare l'opinione pubblica sui problemi regionali; ma è una forma impropria ed imperfetta che deve essere sanata con precise norme di legge.

Quando parliamo di minoranze etniche, ci riferiamo a quelle esistenti, reali e riconosciute nella cultura, nella lingua, nei costumi (non riconosciute dalle autorità ufficiali che potrebbero anche non gradirne la presenza). In Italia non sono molte le minoranze etniche e possono essere, pertanto, individuate abbastanza facilmente. Vi può essere qualche discussione sui confini del territorio che occupano; lei si riferisce a quella slovena e ai dibattiti sul problema del Natisone.

DE MICHIELI VITTURI. È inventato?

CESCHIA, Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana. Non mi riguarda comunque non pensiamo di favorire operazioni artificiose con il proporre un intervento per le minoranze etniche.

La domanda relativa alla obiettività delle informazioni della radiotelevisione. Debbo dire che non fa parte del tema di questa indagine; comunque la nostra opinione è precisa. Riteniamo che attualmente non si possa riconoscere una situazione ottimale nell'informazione della radio-televisione sia sotto il profilo della obiettività che della completezza dell'informazione.

All'interno della nostra categoria è maturo il dibattito per superare questa situazione ed è maturo anche nella categoria dei giornalisti radiotelevisivi. Ci sono documenti, in questo senso, votati dal settore (Agirt) profondamenti critici circa le condizioni nell'ambito delle quali il giornalista è chiamato a svolgere i suoi compiti.

Il tipo di meccanismo e la tendenza alla formazione di un bollettino «ufficiale per tutti», evidentemente limitano la capacità di iniziativa della categoria (sono circa 700 i giornalisti radiotelevisivi). La questione potrà essere risolta, a nostro avviso, con la realizzazione di un ente radiotelevisivo democraticamente riformato, nel quale sia garantito il diritto di accesso e nel quale la funzione autonoma del giornalista possa essere sviluppata al massimo.

DE MICHELI VITTURI. Mi interessa conoscere la vostra opinione non solo per quanto riguarda la libertà dei giornalisti all'interno dell'ente radiotelevisivo, ma anche circa il diritto del cittadino ad essere compiutamente informato.

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana.*

Non ho molta fiducia nelle assemblee degli «amici della radiotelevisione» (si sa come vanno a finire queste cose, senza offesa per nessuno); la risposta che deve essere data all'utente passa attraverso la completezza di informazione. Questa è la nostra massima aspirazione. Si deve riconoscere che attualmente il prestigio e la libertà dei giornalisti possono essere compromessi nella presente situazione dell'informazione scritta e radiotelevisiva. Queste condizioni rendono ancora meno libero il radioascoltatore rispetto al lettore. Ci possono essere tante forme moderne di contatto tra utente e produttore di informazione; noi stiamo viaggiando ancora su una falsariga di tipo paternalistico. Probabilmente tra dieci, quindici anni do-

vremo rivedere le linee dell'attuale modo di fare l'informazione sempre dall'alto verso il basso. Questo rapporto, in una prospettiva più o meno ravvicinata, dovrà mutare e soprattutto si dovranno avere collegamenti capaci di rendere concreto un sistema di corretta partecipazione.

Per quanto riguarda il nuovo direttore della rivista «Amica», del gruppo del *Corriere della sera*, debbo ricordare l'articolo, apparso sulla stessa rivista, che ha illustrato la partecipazione del corpo redazionale a questa scelta. Si è registrato un brevissimo momento di crisi nel rapporto tra editore e corpo redazionale, subito rientrata sulla base del patto che esiste all'interno del gruppo del *Corriere della sera*, per il quale è prevista la consultazione del corpo redazionale in occasione del cambio di direttore; tale accordo fu raggiunto quando Spadolini lasciò la carica di direttore.

A nostro avviso si tratta di una grossa conquista del giornalismo italiano; non riteniamo che questa forma di gradimento possa essere lesiva della dignità del direttore. È un modo nuovo di concepire il rapporto tra corpo redazionale e direttore, il quale dovrebbe essere il *primus inter pares*, l'espressione più alta di quella redazione. Noi difendiamo la dignità del direttore; prossimamente faremo una riunione con i direttori per discutere assieme a loro l'articolo 6 del loro contratto che li unisce all'editore con legami abbastanza compromissori soprattutto per quando riguarda i patti segreti di cui si parlava questa mattina. Crediamo che si tratti semplicemente di evoluzione all'interno delle aziende. Un direttore di un grande quotidiano del nord ha deciso di accettare la carica che gli veniva offerta dall'editore solo dopo che il corpo redazionale ha approvato la sua nomina sulla base di un programma che è stato discusso in assemblea (con contatti telefonici anche con la redazione romana) e pubblicato sul giornale stesso. Si tratta di un gesto intelligente e profondamente responsabile del nuovo direttore, ma anche di un momento di avanzamento della categoria dei giornalisti.

Riteniamo che questi meccanismi vadano perfezionati, senza intaccare il diritto del proprietario di scegliere il direttore, esercizio di diritto che però non deve ostacolare la continuità e lo sviluppo della linea del giornale. Evidentemente si

tratta di chiarimenti che dovremo avere all'interno della categoria, anche se ci saranno difficoltà relative alla fase di sviluppo in cui si trova il settore.

DE MICHIELI VITTURI. L'articolo 32, del contratto di lavoro giornalistico relativo al cambiamento...

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana.*

Volevo infatti collegare l'articolo 6 con l'articolo 32. Nel primo sono indicati i diritti e i doveri dei direttori, e si precisa all'art. 34 che questi diritti e doveri vengono esercitati con la consultazione del corpo redazionale; l'articolo 32 prevede che ad un « sostanziale » cambiamento di indirizzo politico del giornale o ad una utilizzazione dell'opera del giornalista in altri giornali, tale da menomare la dignità del giornalista, questi potrà chiedere la risoluzione del rapporto.

Questa per la verità è la libertà del vinto, cioè di quello che di fronte ad un incitamento politico che non ha contribuito a determinare - e che può essere legato ad un cambiamento di proprietà - si finisce in tribunale, in quanto a questo riconoscimento è legata anche la tutela del giornalista dal punto di vista economico. Si tratta di una norma carente, che solleva un problema che la normativa generale potrebbe certamente risolvere. Nei vecchi contratti giornalistici (il primo si ebbe nel 1912) esisteva una normativa del « caso di coscienza » molto più completa e limpida di quella che abbiamo oggi, anche se la situazione attuale si è modificata rispetto a quella del passato. Il discorso relativo al caso di coscienza va affrontato e risolto, anche per consentire al giornalista di andarsene da un giornale ove non intenda più collaborarvi.

BATTAGLIA. Desidero porre alcune domande relative alle cifre del settore della stampa, anche per avere degli elementi in base ai quali valutare meglio la situazione. Mi sembra che il deficit globale della stampa è di 36 miliardi, e comprende, penso, anche i 6 miliardi che vengono già assegnati in base alle leggi del 1971 e del 1972. Un aumento del prezzo dei giornali di dieci lire la copia, che influenza avrebbe su tale deficit?

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana.*

In base ai dati forniti dal presidente Granzotto, quest'aumento frutterebbe 15 miliardi.

BATTAGLIA. Si tratta di una cifra da accertare bene. Volevo poi porre un'altra domanda. Come si sa, c'è una percentuale fissa dell'incremento del budget pubblicitario che va alla RAI. Quest'anno il Governo (illegittimamente, in quanto non c'era accordo in proposito in sede di commissione paritetica, ma esisteva pur tuttavia l'impegno politico a rispettare l'accordo precedentemente intervenuto) ha concesso alla RAI un aumento di tale budget, per una cifra di circa 10 miliardi, oltre il miliardo e più che già le spetterebbe. Vorrei sapere come questi dieci miliardi si sarebbero ripartiti, se sarebbero andati in parte alla stampa periodica ed in parte a quella quotidiana, o se li avrebbe ricevuti solo quella quotidiana.

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana.*

Una parte sarebbe andata alla stampa quotidiana ed una parte a quella periodica; probabilmente, però, di questa cifra di dieci miliardi una parte notevole sarebbe andata ai quotidiani (anche per « l'intasamento » che c'è nel settore della pubblicità nei periodici), almeno secondo la stessa proporzione con cui avviene la distribuzione oggi: c'è una ripartizione precisa, naturale, del gettito pubblicitario all'interno del settore della carta stampata. Per quanto riguarda gli investimenti pubblicitari, i dati del 1970 - che riferisco quindi solo a titolo indicativo - parlano di 175 miliardi investiti nel settore della stampa, (95 nei periodici e 80 nei quotidiani) di 48 miliardi assorbiti dalla televisione, 23 miliardi dalla radio, 16 miliardi dal cinema, 22 miliardi e mezzo dai manifesti. La ripartizione in dettaglio all'interno del settore della stampa si dovrebbe ulteriormente accertare: esso può confrontarsi nella apposita tabella ufficiale, da chiedersi all'Unione utenti pubblicitari.

Per quanto riguarda le conseguenze positive dell'aumento del prezzo dei quotidiani, devo ricordare che una parte del ricavato va agli editori; attualmente, su 90 lire, ne percepiscono 72; le restanti 18 sono ripartite nei passaggi dalla produzione al consumo.

BATTAGLIA. Comunque, tenendo presente il deficit complessivo della stampa, i 15 miliardi che essa non ha oggi per il mancato aumento del prezzo dei quotidiani, i 10 miliardi presi dalla RAI e che potrebbero essere restituiti alla stampa attraverso una più esatta ripartizione del budget pubblicitario, noi per venire incontro ai problemi economici del settore dovremmo con un provvedimento stanziare otto-dieci miliardi...

FALVO, *Presidente della federazione nazionale della stampa italiana*. Intervengo per precisare che, esemplificando in questa materia, le dimensioni delle cifre potrebbero essere quest, in effetti. Però tale ripartizione di miliardi aggraverebbe la situazione della stampa quotidiana. Infatti, proprio una delle ragioni di preoccupazione che abbiamo avuto negli ultimi tre anni è stata la distribuzione a pioggia di quei 18 miliardi che sono stati concessi ripartiti in tre legghine, e che hanno finito con l'aggravare la sperequazione tra i quotidiani nel nostro Paese, perché sono andati 535 milioni al *Corriere della Sera* ed al *Corriere d'informazione*, e 261 milioni al *Messaggero*, mentre sono andati solo 21 milioni alla *Libertà* di Piacenza e 4 milioni e 200 mila lire alla *Voce Adriatica*: cioè, mentre non abbiamo risolto il problema del *Corriere della Sera*, certamente non abbiamo difeso la situazione di resistenza della *Voce Adriatica* di Ancona che a noi interessa come libera voce presente nel panorama giornalistico italiano.

BATTAGLIA. La Federazione nazionale della stampa italiana può fornirci un meccanismo sufficientemente preciso per impedire che le facilitazioni, gli abbassamenti di tariffe che mirano ad ostacolare il processo di concentrazione, si risolvano in un vantaggio per i giornali concentrati o per le concentrazioni già in atto?

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana*. Noi abbiamo fatto questa osservazione: possiamo adottare una serie di benefici che possono essere graduati, introducendo delle discriminazioni vere e proprie con una scelta politica precisa che sta a monte della fissazione dei criteri. La disincentivazione è uno strumento di premio dei giornali singoli, più piccoli, che agiscono in un ambito diffusionale ristretto, e di

« castigo » dei giornali ad elevatissima tiratura (e perciò dotati di una solidità propria) e dei giornali concentrati. Questo meccanismo è abbastanza semplice da adottare. Quello che invece non è semplice è arrivare alla manifestazione di una volontà politica sulla scelta di questi criteri: la Federazione ha comunque espresso il parere che questa selezione è giusta.

BATTAGLIA. Io non parlerei di discriminazione, quanto di criteri meccanici da adottare in modo che la discrezionalità del potere politico non sia riservata alla concessione di un beneficio. La difficoltà consiste nell'elaborare dei meccanismi che si risolvono in un vantaggio per le piccole testate e non vadano a beneficio delle concentrazioni.

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana*. Tempo fa ci fu presentata una proposta di legge recante la firma del sottosegretario Bisaglia (in seguito fu fatta propria dal suo successore, il sottosegretario Antonozzi) che prevedeva un criterio di ripartizione di una certa cifra (quattro miliardi). Noi chiedemmo ed ottenemmo che tale criterio, abbastanza neutro, fosse modificato nel senso che, aumentando la tiratura del giornale e di conseguenza la sua capacità e solidità economica globale, scemasse l'entità del contributo in forma non proprio inversamente proporzionale, altrimenti avremmo corso il rischio opposto di disincentivare la diffusione. Il contributo dello Stato non è mai tale da determinare questo effetto: la diffusione e la pubblicità (il cui aumento rende sempre di più che non il contributo dello Stato) oggettivamente dovrebbero essere in grado di coprire le spese al cento per cento. Nel sistema di ripartizione dei sei miliardi che poc'anzi il presidente Falvo ricordava, esisteva già un meccanismo riduttivo rispetto a quello adottato: infatti, se si fosse fatta la ripartizione dei fondi sulla base del numero delle copie vendute, le sproporzioni avrebbero assunto dimensioni maggiori.

BATTAGLIA. Il problema non concerne soltanto il *Corriere della Sera*, ma è più vasto: allora io mi chiedo se la Federazione della stampa sia in grado di mettere a punto alcuni meccanismi tali da fronteggiare questo problema che ha anche implicazioni finanziarie: ad esempio, qual è l'in-

cidenza di un nuovo meccanismo di distribuzione della carta sul deficit globale della stampa? Un sistema diverso da quello attuale, probabilmente, aumenterebbe il deficit complessivo dei giornali anche se in definitiva si risolverebbe a vantaggio delle piccole aziende.

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana*. Per quanto riguarda il problema delle concentrazioni, debbo ricordare che purtroppo la proposta citata in precedenza non fu accolta. I contributi avrebbero dovuto essere versati non per testate, bensì per gruppi proprietari: si tendeva quindi ad individuare l'entità editore più che l'entità testata che, molte volte, a causa dei collegamenti e delle concentrazioni, è fittizia.

BATTAGLIA. Questo, però, aggrava i deficit.

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana*. La disponibilità dei giornali singoli ne risulta rafforzata ed inoltre si scoraggia il processo di concentrazione.

BATTAGLIA. Se possibile, desidererei una precisazione quantitativa in merito all'incidenza della eventuale fiscalizzazione degli oneri sociali.

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana*. Noi disponiamo di dati sulle retribuzioni, che globalmente ammontano a circa quaranta miliardi annui: i contributi sociali si aggirano intorno al 36 per cento.

FALVO, *Presidente della Federazione nazionale della stampa italiana*. All'inizio, noi prendemmo in considerazione questa proposta solo per quanto riguarda la fiscalizzazione degli oneri sociali del corpo redazionale perché, nel nostro settore, alcune aziende hanno soltanto la redazione e non la tipografia, e pertanto sono costrette a stampare presso terzi: quindi, limitando la nostra azione in tal senso, noi avremmo arrecato un beneficio a tutte le aziende. In quel periodo, la spesa si condensava intorno ai sei miliardi.

BATTAGLIA. A questo punto però si poneva sempre il problema di evitare qualsiasi agevolazione delle concentrazioni...

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana*. L'intervento finanziario, infatti, era di duplice natura: da un lato esso prevedeva la fiscalizzazione degli oneri sociali (per la quale era stabilito un *plafond*) e dall'altro lato un contributo unitario concesso in egual misura ai vari gruppi, non alle testate.

BATTAGLIA. Tra le opposte tesi sulla ripartizione della pubblicità di Stato, la Federazione della stampa potrebbe essere d'accordo su una ipotesi che mirasse a distinguere la pubblicità dei servizi che spettano allo Stato istituzionalmente, come la difesa e la giustizia, e che sono correlativi all'esistenza stessa dello Stato dall'attività economica di enti pubblici o di società a partecipazione statale che rispondono ad una logica economica molto diversa da quella che presiede ai servizi che lo Stato in quanto tale mette a disposizione? Si potrebbe istituire la distinzione fra servizi di natura istituzionale, che lo Stato fornisce dietro corrispettivo di imposte e tasse e l'attività economica dello Stato che ha un risvolto pubblicitario derivante dalla natura economica dell'attività?

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana*. A quale fine?

BATTAGLIA. Al fine di avere una distribuzione del budget pubblicitario ai servizi che sia generalizzato su tutta la stampa e di avere un criterio economico che presieda alla distribuzione delle società a partecipazione statale, che hanno il dovere di operare nella vita economica nazionale.

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana*. Quando si studiò, nell'ambito di quel provvedimento, un accorgimento per costringere il settore ad una più corretta sistemazione, in verità ci fu un netto rifiuto e la proposta non fu completata.

Allora si pensava che si dovesse stabilire una norma per inserire nel bilancio degli enti pubblici una cifra annuale fissa per gli investimenti pubblicitari da ripartirsi fra tutti i giornali nelle stesse proporzioni e con una medesima tariffa. Questa doveva essere concordata dagli editori, in quanto le tariffe pubblicitarie vengono fissate secondo la tiratura. La tariffa unica

era giustificata dal tipo di servizio che lo Stato con questa pubblicità rendeva al cittadino attraverso quel giornale, e questo tipo di intervento era calmieratore. Questo meccanismo era anche suggerito per gli enti economici a partecipazione pubblica.

La proposta si ferma a questo punto; e sarebbe già molto se si riuscisse a dare alla pubblicità degli enti pubblici quella funzione che oggettivamente ha di ulteriore servizio reso alla comunità e, contemporaneamente, di mezzo indiretto che lo Stato usa per sopperire alle spese dei quotidiani.

BATTAGLIA. L'ente pubblico è una cosa, l'attività istituzionale dello Stato legata all'esistenza dei ministeri è un'altra cosa.

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana*. Per fare un esempio ci riferivamo ai ministeri ed all'INPS, non all'ENI su cui bisogna fare un altro discorso; gli enti economici a partecipazione pubblica, con una gestione corretta ed equilibrata, possono essere utilizzati dallo Stato in una politica di indirizzo degli investimenti pubblicitari, ma con criteri di economicità sugli investimenti.

BATTAGLIA. La Federazione riterrebbe soddisfacente la distinzione fra queste due categorie?

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana*. Sul piano della moralizzazione del settore, certamente sarebbe un grosso risultato di principio.

FALVO, *Presidente della Federazione nazionale della stampa italiana*. Durante la fase di preparazione di quel provvedimento, che poi è caduto, riuscimmo in sede di commissione paritetica fra editori e giornalisti, non soltanto a determinare il prezzo unico per la pubblicità commessa dallo Stato su qualsiasi tipo di giornale indipendentemente dalla diffusione, ma stabilimmo anche che il numero di millimetri assegnati doveva essere uguale per tutte le testate, facendo un notevole passo avanti sull'attuale situazione proprio per un accordo raggiunto fra gli stessi editori.

BATTAGLIA. Ci potrebbe fornire questi documenti?

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana*. Sono allegati ai lavori della commissione, che risalgono a sei anni fa, presso la Presidenza del Consiglio. I lavori di questa commissione provocarono le varie proposte: una dell'onorevole Bisaglia e l'altra dell'onorevole Antoniozzi.

BATTAGLIA. In ordine ai giornali integralmente di proprietà pubblica e che sono almeno tre: *Il Giorno*, la *Gazzetta del Mezzogiorno* e *Il Mattino* di Napoli, la Federazione può suggerire l'istituzione di una forma di garanzia di tipo anglosassone per la direzione politica di questi giornali ed una forma di determinazione di questa garanzia?

FALVO, *Presidente della Federazione nazionale della stampa italiana*. Penso che si debba distinguere fra le tre testate, in quanto solo per una testata il pacchetto azionario è in possesso di un solo proprietario, mentre il pacchetto azionario dei giornali di Napoli e Bari è ripartito fra vari enti ed anche persone private, secondo quello che mi risulta. Pertanto allo stato attuale la situazione, anche se forse è in fase di evoluzione, è più delicata e complessa di quello che potrebbe apparire. Comunque le garanzie devono essere richieste e rientrerebbero in quella proposta dello «statuto dell'impresa» di cui siamo sostenitori.

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana*. Abbiamo dibattuto al nostro interno il problema dei «comitati dei garanti» e possiamo dichiarare di essere molto riluttanti ad accettare questa formula.

Nell'audizione di questa mattina ho affermato che alla Federazione non piacciono le forme di controllo proposte dai socialdemocratici tedeschi, così come «i codici internazionali di comportamento» del giornalista. Allo stesso modo guardiamo con molto sospetto questi comitati dei garanti che, fra l'altro, in Inghilterra non hanno proprio la funzione di garantire la proprietà sul corretto uso del mezzo di informazione finanziato pubblicamente, ma sono una specie di gran giurì della stampa cui può essere demandata una funzione di questo tipo, ma non l'hanno istituzionalmente.

In Italia se ne è parlato in occasione della vendita del pacchetto azionario di un grande quotidiano del Nord. La redazione discusse, si fecero i nomi di questi garanti, ma alla fine tutti si convinsero che la maggiore garanzia sta in un tipo di « statuto dell'impresa giornalistica » nell'ambito del quale si realizzi l'equilibrio di poteri fra l'editore ed il corpo redazionale. La legge potrebbe individuare un organo più che di garanzia, di blocco delle sovvenzioni e delle provvidenze in caso di macroscopiche infrazioni, per esempio, alle leggi sociali, ai contratti di lavoro, in caso di concentrazione. Al riguardo la famosa commissione centrale per l'editoria potrebbe avere un ruolo, ma non di garante dell'indirizzo del giornale.

BATTAGLIA. Lo « statuto dell'impresa » che sancisce teoricamente il parere preventivo della redazione, assolverebbe la funzione di garanzia. Vuol dire questo?

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana*. Sostanzialmente sì.

BATTAGLIA. Nella relazione lei ha detto giustamente che la crisi non è soltanto economica e non può avere soltanto soluzioni economiche.

In realtà i quotidiani acquistano maggiore spazio in relazione alla fantasia dei capi redattori e dei giornalisti; qui è necessaria una legislazione completa che inquadri i due problemi, quello economico e quello relativo allo statuto delle imprese.

Sotto questo profilo non comprendo bene il valore della proposta della istituzione di una società tipografica regionale di Stato. Le questioni sono due: o queste società di Stato producono a prezzi concorrenziali con altre società tipografiche esistenti — e allora non si vede la necessità di tale istituzione — oppure producono a prezzi politici, e allora significa istituire società già finalizzate al dissesto di bilancio. Da questo punto di vista non si vede che funzione possano avere queste società se non quello di aggravare il deficit dello Stato, a proposito del quale il Ministro del tesoro ha già tante difficoltà.

Vi sono poi altri aspetti da considerare. In una regione come l'Abruzzo vi sono diversi quotidiani che hanno una pagina di carattere provinciale o regionale e che quindi assolvono la funzione di quotidiani

abruzzesi; l'ingresso di una società tipografica di Stato che producesse a prezzi politici colpirebbe tali quotidiani.

La nascita di una impresa tipografica, in una società come la nostra che, credo, nessuno voglia far diventare completamente collettivizzata, obbedisce a criteri di economicità; non è casuale che in Abruzzo ci siano pochi impianti tipografici in grado di far fronte alle esigenze di grandi quotidiani; in realtà si vede con estrema chiarezza, dai dati statistici che ci sono stati illustrati, che i quotidiani sono poco letti.

La istituzione di una società tipografica deficitaria non ha alcun senso né dal punto di vista sociale, né da quello economico.

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana*. Sugli impianti tipografici creati su iniziativa dello Stato, i poligrafici sono più in grado di noi di dare una risposta.

Un punto dovrebbe comunque chiarire il nostro atteggiamento; non parliamo di prezzi politici, ma di prezzi economici. Sappiamo che esistono all'interno del settore delle strozzature (si sono registrati esempi a Roma: per stampare un giornale si deve fare un contratto annuale; questo perché le numerose tipografie romane sono intasate; ma viene il sospetto che questo intasamento non ci sia). È ovvio, comunque, che una scarsa diffusione può costituire una premessa negativa per un impianto tipografico. Del resto le pagine provinciali dei maggiori quotidiani hanno una scarsa diffusione in alcune zone proprio perché sono stampati a 100 o 200 chilometri di distanza e quindi sono impostati con ottiche diverse da quelle tipiche di un giornale provinciale. Ci sono comunque esempi di giornali provinciali, come *Il Corriere del giorno* di Taranto.

BATTAGLIA. Costruiti su basi interamente regionali non ce ne sono; in realtà ripetono in sostanza il modello del grande giornale di livello nazionale.

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana*. Se lo Stato non fa questo tipo di scelta per gli impianti regionali, nelle zone dove i giornali non esistono, questi per germinazione spontanea non sorgeranno mai. Quella contraria sarebbe inoltre una scelta politica intesa a lasciare spazio soltanto alle

iniziative esistenti, oppure a chi ha disposizione due o tre miliardi per la costruzione di simili stabilimenti. In certi casi, con le nuove tecnologie, può bastare un miliardo.

BATTAGLIA. Non è vero. Con 100 milioni si costruisce un impianto tipografico di tipo elettronico. Mi domando se da questo punto di vista, la reale natura del costo, le facilitazioni che potrebbero essere introdotte (fiscali per esempio), non sarebbero già di per sé sufficienti a far fronte al problema.

CESCHIA, Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana. Le iniziative sono di due tipi. Una di carattere regionale, il cui costo è di portata ridotta; l'altra di maggiori dimensioni; c'è l'esempio di Milano di uno stabilimento dove si stampano quotidiani e giornali periodici.

La tendenza attuale degli editori è quella di separare le due gestioni, quella della testata e quella tipografica, probabilmente perché l'editore non può addossarsi il costo economico di entrambe le gestioni.

Per quanto riguarda il costo di piccoli impianti ho a disposizione i dati relativi ad un impianto costruito alcuni anni fa, *Il Messaggero* di Udine; tale impianto è costato mezzo miliardo.

Da allora ad oggi quello stesso impianto ha dovuto essere rinnovato, in quanto si tratta di attrezzature la cui obsolescenza è rapidissima. Nel caso specifico di quelle piccole aziende che ho citato si è dovuto - oltre a stampare il quotidiano - assumere una serie di lavori commerciali collaterali: oggi è arrivata quasi al pareggio del bilancio; lì l'investimento è basso, l'incidenza del costo della manodopera è molto più contenuta rispetto a quella degli impianti tradizionali. Oggi - ma i rappresentanti dei poligrafici potranno essere molto più precisi su quest'argomento - un impianto completo non può costare meno di un miliardo, con tutte le attrezzature necessarie.

BATTAGLIA. Io continuo a sostenere che un impianto normale può realizzarsi con un minimo di cento milioni. Volevo comunque porre un'altra domanda: qual'è l'atteggiamento della federazione nazionale della stampa italiana circa la liberalizzazione dei punti di vendita? Si potrebbe quantificare il costo aggiuntivo di una distribu-

zione liberalizzata? La liberalizzazione dei punti di vendita è per i quotidiani un effettivo beneficio, dal punto di vista della solidità economica, o un aggravio del loro deficit?

CESCHIA, Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana. Per taluni quotidiani la liberalizzazione dei punti di vendita potrebbe costituire un aggravio, mentre per altri la fortuna ed il successo. L'attuale struttura della vendita in edicola serve, un certo livello di esigenze; serve i settimanali, i grandi quotidiani nazionali, può servire meno i giornali locali; esiste poi un patto tra gli editori e gli edicolanti, per la tutela dei reciproci interessi: gli editori si preoccupano di contenere le rese dei giornali, gli edicolanti badano al numero di copie vendute.

BATTAGLIA. Diventa uno stimolo alla concentrazione delle testate più piccole.

CESCHIA, Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana. Il danno maggiore è dei piccoli giornali, locali, o di certi giornali che si vogliono rivolgere al pubblico più popolare dal momento che essi non hanno a disposizione una struttura di vendita all'altezza di questo nuovo tipo di diffusione.

MAGNANI NOYA MARIA. Lei ha parlato del peggioramento dei rapporti tra editori e redattori: la resistenza opposta dagli editori all'allargamento dei poteri della redazione, pur nel rispetto delle responsabilità proprie del direttore, e nel pieno riconoscimento delle competenze esclusive della funzione editoriale, è dettata a suo giudizio da effettive preoccupazioni per una limitazione del diritto di proprietà, o nasconde altre ragioni? Vorrei inoltre sapere se è vero che nell'ultimo rinnovo del contratto nazionale giornalistico gli editori hanno preferito accogliere alcune rivendicazioni retributive, piuttosto che accettare altre proposte dei giornalisti che non comportavano alcun onere economico; e se non ritiene - se la cosa corrisponde a verità - che questo stia a dimostrare come le preoccupazioni degli editori siano causate più che da fattori di natura economica, dal timore di un'autonomia del corpo redazionale.

Venendo a parlare del problema della pubblicità, tutti sappiamo che oggi su 14

quotidiani sono concentrati 30-40 miliardi di pubblicità (di cui 15 miliardi sul gruppo Monti); non ritiene lei che esistano degli intrecci tra concentrazione delle testate e pubblicità, ed in questo caso, pensa che le operazioni di concentrazione delle testate avvengano proprio intorno a quei giornali che raccolgono ingenti quantità di inserzioni? Tenendo presente l'articolo 6 che è stato introdotto nel testo di proroga della convenzione tra lo Stato e la RAI, a prescindere dai giudizi che si possono dare su enti come la SIPRA (che ha svolto una politica legata al profitto e non mirante all'interesse pubblico) lei non ritiene necessaria la presenza pubblica effettiva, proprio per evitare che il monopolio privato della pubblicità possa costituire un ulteriore limite alla libertà di informazione?

Infine volevo chiederle questo: lei sa che si sono creati due grossi stabilimenti poligrafici, uno a Mestre ed uno a Bari (si sta anche parlando del progetto del grosso stabilimento grafico di Settimo Torinese) e pare con livelli tecnologici molto avanzati; non pensa che tutto ciò oltre a favorire la costituzione di aziende tipografiche per vari giornali, possa anche precludere alla concentrazione di alcune testate, spinte dalla prospettiva di poter usufruire di questo tipo di stabilimenti?

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana.* Vi è una certa resistenza opposta dagli editori alle nostre richieste di una maggiore partecipazione del corpo redazionale alla vita del giornale. Noi riteniamo che gli editori preferiscano erogare, attraverso gli istituti più disparati, denaro ai redattori, piuttosto che allargare l'ambito di autonomia del corpo redazionale. Su questo punto noi portiamo avanti la lotta da anni, ogni qualvolta si profilano le trattative contrattuali. Ultimamente, siamo riusciti ad evitare la corsa alla chiusura del contratto soltanto sul denaro (che è poi un allettamento abbastanza naturale) ed abbiamo insistito sull'articolo 34 del contratto che prevedeva norme a nostro favore: lo abbiamo fatto senza ricorrere a scioperi, perché tutta l'area sindacale giornalistica aveva ormai raggiunto un grado di sensibilizzazione tale per cui la vittoria era naturale.

L'opposizione degli editori è motivata appunto - secondo quanto l'onorevole Magnani Noya ha prima ipotizzato - dal timore che noi cerchiamo di attentare al di-

ritto di proprietà. Questa è una affermazione che la federazione della stampa italiana ha respinto in tutte le occasioni in cui è stata formulata. La prova della correttezza del nostro atteggiamento è proprio nella moderazione delle nostre richieste; la federazione della stampa italiana non richiede, ad esempio, che nei contratti di lavoro siano inseriti poteri vincolanti sulle decisioni da prendere all'interno dell'azienda. E questa una presa di posizione che noi, come sindacato, difendiamo responsabilmente. Contemporaneamente diciamo che le consultazioni devono avvenire, sono obbligatorie e devono essere preventive. Evidentemente, tutto il resto è affidato all'iniziativa dei sindacati dei giornalisti, quando queste condizioni non fosser osservate.

Quindi, non si tratta di un attentato al diritto di proprietà, ma di un modo per corresponsabilizzare il corpo redazionale ai fini dello sviluppo del giornale. Qualche volta abbiamo detto questa battuta ai nostri colleghi stranieri che leggono con meraviglia il nostro contratto (non disprezzabile dal punto di vista economico): «Noi abbiamo molte aperture nel campo delle concessioni economiche, mentre ci troviamo di fronte ad una netta chiusura sotto il profilo normativo», ciò che invece non avviene negli altri paesi. Da diversi anni, il sindacato ha dato vita ad un'inversione di tendenza ed ha cercato di creare un movimento di opinione intorno al problema della riforma dell'informazione.

Per quanto riguarda il settore pubblicitario, debbo dire che esso può essere in relazione con operazioni concentrazionistiche straniere. Ho consegnato al Presidente della Commissione un opuscolo elaborato dai sindacati CGIL, CISL e UIL del settore che è molto significativo, perché da esso si desumono i collegamenti tra certi centri di raccolta e distribuzione della pubblicità e alcune testate. A noi sembra che questa coincidenza non sia casuale: esistono personaggi, nel firmamento della pubblicità e della editoria italiana, che possono essere definiti «chiave»: per cui, quando alcuni contratti pubblicitari vengono elevati o abbassati, noi abbiamo il sospetto che non si segua un criterio strettamente economico, ma che invece si perseguano altri fini. In particolare, noi stamane citavamo al riguardo l'esempio della *Gazzetta del Popolo* di Torino. Lo stesso opuscolo illustra anche la posizione dei lavoratori della SIPRA. Per quanto riguarda l'esistenza di

questa organizzazione, il documento è favorevole al suo potenziamento nell'ambito di una regolamentazione che non consenta le speculazioni, gli scandali che l'attuale struttura ha invece favorito. Anche noi giornalisti esprimiamo del resto lo stesso auspicio: debbo però precisare che non abbiamo approfondito in modo particolare questa materia. Tuttavia, pensiamo che l'atteggiamento del sindacato nel settore sia giusto, ed equilibrato. Ritengo comunque che la domanda dell'onorevole Magnani possa trovare risposta adeguata in quella sede.

MAGNANI NOYA MARIA. Qual è la vostra opinione sull'ente pubblico preposto alla gestione della pubblicità?

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana*. Non abbiamo ancora definito la nostra posizione in merito, ma il discorso non coinvolge la Federazione. Per quanto riguarda la sua ultima domanda, vorrei far notare che gli stabilimenti di Mestre, Bari e Settimo torinese ed altri ancora che sono in corso di realizzazione, sorgono, in molti casi, per sostituire impianti ormai vetusti. Lo stabilimento di Mestre, ad esempio, verrà utilizzato dal *Gazzettino*: ebbene, io ricordo che la vecchia sede era periodicamente invasa dall'acqua e quindi, evidentemente, era indispensabile dotare l'azienda di un nuovo stabilimento tipografico: questo giornale, infatti, ha tempi di stampa strettamente collegati alla diffusione in tre regioni. Anche per i lavori di Bari può valere la stessa osservazione. Per quanto riguarda il caso di Settimo torinese, invece, il discorso è più ampio e delicato perché la potenzialità di quello stabilimento è tale da giustificare una serie di apprensioni da parte della categoria giornalistica in merito ad alcune manovre concentrazionistiche che potrebbero essere effettuate. Infatti, questo impianto potrebbe assorbire non soltanto le esigenze dei giornali del gruppo, ma anche quelle di un eventuale sviluppo concentrazionistico ventilato in interviste recentissime. Quando parliamo di impianti pubblici, evidentemente ci riferiamo a una gestione democratica che non consenta più o meno scoperte manovre di emarginazione delle iniziative editoriali. Il rinnovamento tecnologico del giornale consente un nuovo modo di presentarsi del giornale, più moderno, anche se talvolta,

per carenza di personale specializzato, questi stabilimenti non sono sfruttati al massimo della loro potenzialità.

BAGHINO. La libertà di informazione è sempre strettamente connessa ad una concezione morale dell'azione del giornalista il quale, sia che lavori per un foglio indipendente, sia che lavori per un organo ufficiale di partito, ha l'impegno deontologico di accertare e riferire la verità dei fatti. Certamente, la concentrazione delle testate dà luogo ad una contrazione della pluralità delle informazioni, cioè in pratica alla loro monopolizzazione. Come potrebbe essere corretta questa situazione? Per esempio, l'articolo 8 del nostro contratto di lavoro giornalistico fissa la posizione di esclusività del nostro lavoro. Non potremmo rendere questa norma più incisiva? Gli editori impongono l'esclusività e in tal caso devono pagare il 18 per cento di maggiorazione, oppure lasciano correre, indipendentemente dalla concentrazione che, di fatto, porta all'uso comune dei vari servizi. Mi pare, invece, che l'esclusività garantirebbe una maggiore occupazione ed una pluralità di informazione.

È possibile che un editore-azionista, o un editore-proprietario, siano contemporaneamente giornalisti professionisti e pertanto occupino una qualsiasi posizione presso un giornale? Le domando questo perché mi risulta che a Milano un giornalista professionista è stato sospeso dall'albo in quanto è diventato editore. Mi sembra che a Roma, invece, pur esistendo analogo caso sia stato preso alcun provvedimento.

Esistono ampi ed anche insoliti esempi di sacrificio della volontà e del pensiero dei giornalisti tali che si possa dire che gruppi di giornalisti sono stati obbligati a dare un certo orientamento all'informazione anziché un altro?

In merito agli articoli 6 e 32 di cui abbiamo parlato questa mattina, io ritengo che l'esempio del direttore il quale, prima di accettare, chiede l'impegno della redazione a seguire una determinata impostazione di politica giornalistica (e perciò il direttore fa conoscere il proprio orientamento al corpo redazionale che o lo accetta o si avvale dell'articolo 32), sia ben diverso dal richiedere il parere al comitato di redazione sulla nomina del direttore.

Qual è il pensiero della federazione sull'apporto del capitale straniero diretto ed indiretto? Se vi sono enti economici stra-

nieri che operano in Italia in collegamento con gli Stati stranieri che sovvenzionano un giornale italiano; ciò, vuol dire che vi è un'influenza straniera, oppure che questo problema non ha rilevanza?

Dall'anteguerra ad oggi non è stato registrato alcun aumento nella vendita dei giornali in rapporto alla crescita della popolazione, agli studi più ampi ed ai rapporti instauratisi fra la collettività. Però è aumentata l'esigenza di conoscere, tant'è vero che si ha un notevole incremento dei periodici. Quali sono gli elementi che incidono maggiormente su questa carenza (e di cui non possiamo dare soltanto la colpa alla proprietà): l'esistenza della Rai-Tv. punti di vendita limitati, giornali mal fatti? Quanto incide l'uniformità nella concentrazione dell'informazione?

Nella relazione si afferma che lo Stato assume servizi mediante patteggiamenti. Più che lo Stato, io penso che sia il Governo, semmai è la classe dirigente del momento; anche se sulle decisioni possono incidere la maggioranza e la minoranza, quest'ultima lo può con minore influenza nel campo politico come nel campo economico.

Poiché nella relazione si asserisce che il confronto e la dialettica sono stati quasi annullati proprio per le suddette ragioni, domando se ciò non possa ancor più verificarsi ove avessimo una forma monolitica redazionale. Questo perché con l'impostazione di uno svincolo fra proprietà e redazione, vi dovrà essere, di conseguenza, un fatto monolitico nella redazione, perché altrimenti dovremmo avere un giornale con diverse interpretazioni. E non so come potrebbe essere realizzata una tale anarchia in un quotidiano che si fa sul momento.

Ho sentito dire che vi è una scomparsa delle testate a carattere familiare e si è fatto intravedere che ciò ha portato ad una diminuzione della libertà di informazione. Mi sembra che le due testate siano: *Il Messaggero* ed *il Corriere della Sera*. Qual è il pensiero della Federazione sul fatto che questi due giornali quando erano a carattere familiare hanno mantenuto una certa autonomia, una libertà di pensiero ed un'indipendenza dalla classe dirigente o da un certo orientamento dovuto a fattori estranei all'informazione obiettiva?

Nella relazione si afferma, altresì, la necessità di alcune riforme, tra cui quella dell'ordine dei giornalisti e si accentua l'esigenza di una autonomia regionale. La

Federazione non ritiene che questa autonomia potrebbe dar luogo a decisioni contrastanti, se non vi dovesse essere un coordinamento nazionale? Questa autonomia regionale quale vantaggio recherebbe all'Ordine? Faccio questa domanda poiché io non ne avverto alcuno.

Porrò una domanda sulle norme vincolanti l'accesso all'ordine, in quanto mi consta che una correzione in questo campo vi è stata, poiché documenti probatori e dichiarazioni dei redattori possono essere sostitutivi di quel documento di fine praticantato che, a volte, potrebbe subire dei ritardi per ragioni editoriali.

Io divido i giornali in due gruppi: il primo è quello dei giornali di partito che hanno un'esigenza nettamente diversa come corpo redazionale, perché si parte dal convincimento ideologico e quindi dall'accettazione univoca dell'azione che deve essere anche propagandistica nel rispetto di quegli impegni deontologici uguali per tutti.

L'altro gruppo è quello che si autodefinisce indipendente.

Ora, quando la federazione afferma che è necessario distinguere tra proprietà e redazione e assegna alla redazione il diritto di scelta di notizie e di impostazione - togliendolo alla proprietà e magari anche al direttore - come individua, e come giudica colui o coloro cui è assegnata tale scelta? E perché assegna alla redazione la scelta della linea del giornale (se la assegna alla redazione)? Come garantisce il rispetto della verità? Chi, in definitiva, diventa il custode della obiettività del giornale che si definisce indipendente? Chi dà lo spirito e la garanzia ai contenuti e quindi ai rapporti che si possono costituire tra direttore e redazione? Perché subentra anche qui questo problema assieme a quello dei rapporti tra direttore, redazione e proprietà, che non può certamente avere una netta separazione.

Circa i punti di vendita vorrei sottoporre all'attenzione della Federazione della stampa questo quesito: i punti di vendita sono aumentati in rapporto all'estensione delle città e all'aumento della popolazione? Anche questo dato può influire su una decisione o su un'altra. Circa i problemi relativi alla pubblicità avremo occasione di tornare su questo argomento.

In sostanza ci si deve chiedere in che modo si può evitare il *trust* di testata e in che modo si può evitare che operatori economici non puri (cioè non editori veri

e propri) fondino nuove testate (magari dando lavoro ad altri giornalisti); in quest'ultimo caso si avrebbe la proprietà in funzione esclusivamente dell'interesse economico e non del giusto orientamento dell'opinione pubblica.

CESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana*. La « concentrazione delle testate » uguale « concentrazione delle informazioni ». Condividiamo anche noi questa analisi, come giudizio di fondo.

Si deve anche registrare la concentrazione ambigua, sotterranea, quella che realizza talvolta un giornalista che collabori, per esempio, con dodici giornali. L'onorevole Baghino ha ricordato tutta una serie di norme che rendono più gravosa la collaborazione di un giornalista per più giornali (anche se dello stesso proprietario); si tratta di penali da pagare per disincentivare il sistema. Il discorso comunque non può essere risolto così, semplicemente. Si può dire che i giornali che accettano una tale collaborazione fanno una scelta non qualificata perché una informazione a catena di questo tipo non è apprezzata: poi è il pubblico che giudica.

Il pastone romano, che viene dato con schemi fissi, è un pastone che non informa a sufficienza e non si caratterizza. È una scelta che l'editore (o il direttore) fa e trova subito riscontro (negativo) sul piano della diffusione.

Per quanto riguarda il quesito sulla coincidenza fra figura di editore e direttore vorrei suggerire di rivolgere questa domanda, la prossima settimana, all'ordine dei giornalisti che è chiamato istituzionalmente a decidere su queste cose. Ad avviso della Federazione questa doppia veste è imbarazzante (e dovrebbe esserlo anche per lo stesso editore-giornalista); non è la situazione che preferiamo; comunque per quanto riguarda i riflessi professionali è l'ordine competente a dare una risposta completa. Ci sono casi di redazioni che, in blocco, si sono opposte a tentativi che potevano far presagire un cambio artificioso di linea politica con il passaggio di proprietà. Intendo dire che un proprietario può modificare la linea politica del giornale, ma non per pressioni esterne e sostanzialmente artificiali. L'indirizzo non muta con il cambiamento di direttore; questo è l'equivoco in cui potremmo cadere spesso. Certamente ogni direttore può in-

terpretare in un certo modo alcune direttive, ma non può cambiare l'indirizzo politico; il nostro contratto non prevede casi di questo genere proprio perché si tratta di condizioni che renderebbero il panorama informativo italiano instabile e precario.

Proprio per questo motivo - e mi riferisco alla domanda postami immediatamente dopo - non riteniamo che il corpo redazionale chiamato a dare la propria autorizzazione, ad esprimere il proprio gradimento circa il nuovo direttore, faccia una scelta di tipo politico: essa impedisce eventualmente che con un'operazione artificiosa, come può in qualche caso essere il cambio del direttore, si realizzi un mutamento di indirizzo politico calato in termini drastici sulla linea di un giornale, che magari si è consolidata per decenni. Questa dunque è l'operazione che una presenza diversa e più responsabile del corpo redazionale tende a bloccare.

Per quel che concerne i collegamenti finanziari stranieri, riteniamo che la norma relativa alla pubblicità delle fonti di finanziamento dei giornali possa far giustizia anche di questi sospetti che sono in tutti noi, e riguardano tutti i tipi di giornale e di partecipazione finanziaria, con obiettivi sia politici che economici. La pubblicità delle fonti di finanziamento della stampa consentirebbe di realizzare anche questo risultato, se la norma fosse formulata in modo da chiarire al massimo il tipo di struttura economica di ogni azienda. Se avessimo la soluzione di questo problema, avremmo in tasca anche la soluzione della crisi dell'editoria. Quanto agli esempi portati dall'onorevole Baghino, si possono accogliere come cause concomitanti rispetto al fenomeno della crisi. La televisione è indubbiamente un danno per giornali strutturati come prima dell'avvento di essa: se infatti i giornali - certo anche con maggior sforzo professionale da parte dei giornalisti - fossero concepiti tenendo presente che la televisione invece esiste, la situazione sarebbe diversa.

Anche i punti di vendita possono costituire un blocco reale alla soluzione della crisi: sono infatti aumentati, ma non ancora in rapporto proporzionale alla popolazione. Molti giornali sono mal fatti, e ne è una prova la circostanza che non abbiano saputo adeguarsi alla presenza della televisione, sicché essi risultano carenti ri-

spetto a quest'altra fonte d'informazione. Ma soprattutto, molti giornali, negli ultimi 30 anni, non hanno saputo acquistarsi quella credibilità, presso il pubblico, cui avrebbero dovuto puntare.

Devo precisare poi che non esistono « posizioni monolitiche delle redazioni »: quelle redazioni che sembrano monolitiche e che sono state coinvolte in recentissime vicende, non sono in realtà monolitiche, dal punto di vista politico, poiché all'interno di esse — e noi riteniamo questo un dato positivo, caratterizzante — c'è una articolazione ed una continua, interessante ed importante dialettica. Da questo confronto nasce un prodotto che noi non definiamo obiettivo, ma finito, una informazione completa. Bisogna riconoscere che esiste un'esigenza di una certa uniformità dei corpi redazionali, esigenza che nasce proprio dalla appartenenza a questa o a quella tastata che si è accettata all'inizio della professione, magari *oborto* collo, perché non c'era altra possibilità di scelta.

Devo ancora rispondere che noi non abbiamo pianto caldissime lacrime sulla scomparsa della proprietà familiare. Nella nostra impostazione di sindacato, qualsiasi tipo di proprietà, nelle attuali condizioni della nostra legislazione, è una proprietà difficile, con la quale noi abbiamo un impatto difficile. Non facciamo quindi alcuna distinzione tra proprietà delle grandi famiglie, quella di enti pubblici che intervengono con mezzi pubblici o quella dei grandi industriali, in quanto ci rendiamo conto che una distinzione del genere rischierebbe di dividerci, anziché unirici sui reali pericoli che l'attuale assetto proprietario, di tutta l'editoria italiana, comporta per il giornalismo italiano. Non erano del resto indipendenti i vecchi proprietari dei giornali quotidiani, anche se — come ho detto nella breve introduzione che ho fatto — queste vecchie famiglie che ormai stanno scomparendo offrivano, per assurdo, maggiori garanzie, in qualche misura, dei proprietari attuali.

Devo anche dire che l'autonomia professionale è per noi un fatto fondamentale. Ma ribadiamo innanzitutto che è necessario far tornare l'ordine alla sua natura originale, con un'accentuazione regionale. Esso deve tutelare le posizioni professionali all'interno dell'azienda, far bloccare i disegni di limitazione dell'autonomia. Un giornalista al quale l'azienda non applichi

correttamente il contratto, un giornalista abusivo al quale non sia riconosciuto lo *status* professionale di cui avrebbe diritto, non è libero, non cura i reali interessi dell'azienda stessa, ma soltanto alcuni interessi di parte che eventualmente l'editore o il direttore gli chiedono di difendere. Quindi, la funzione regionale dell'ordine è fondamentale. Ovviamente noi prevediamo uno sviluppo nazionale dell'ordine, per quelle necessità di « seconda istanza » che anche altri ordini professionali hanno e che pure la legge riconosce.

Per quanto riguarda l'accesso alla professione, ho già detto che ci sono delle condizioni burocratiche; in certi casi uno può fare, ad esempio, il giornalista in modo esclusivo e non ottenere il riconoscimento professionale: questa situazione dev'essere naturalmente sanata dalla legge. Abbiamo ancora un ordinamento professionale strettamente influenzato da una certa visione del giornalismo, ormai superata, e nella quale ad esempio potrebbe non entrare per assurdo il giornalismo radiotelevisivo. All'epoca in cui veniva studiato questo ordinamento professionale era diffusa la convenzione che il buon giornalista dovesse fare il praticantato nella tipografia, e non ad esempio, nell'agenzia, ma, in realtà, oggi si può esercitare la professione anche in un ufficio stampa.

Non abbiamo mai chiesto, come sindacato, che il corpo redazionale scelga la linea politica del giornale, bensì che concorra a formarla, a garantirne la continuità. Questa è un'affermazione di principio: le norme esistenti affidano solo al corpo redazione questo tipo di responsabilità.

L'ultima domanda. Riteniamo che non si debbano bloccare le nuove iniziative editoriali, anche nel caso in cui queste nascesero in seguito a spinte di settore: a nostro avviso, un'industria che decidesse di fondare un giornale darebbe vita ad un nuovo momento dell'articolazione della informazione. Non debbono essere dunque bloccate queste iniziative, bensì il processo di concentrazione delle testate esistenti che non deve assolutamente essere confuso o identificato con il fenomeno di proliferazione delle testate italiane.

ZAMBERLETTI. In questa sede abbiamo molto parlato del problema della concentrazione delle testate, cioè di un fenomeno che interessa non solo il nostro paese

se, ma l'Europa ed il mondo editoriale occidentale in generale. Esso è determinato da una crisi dell'editoria giornalistica che provoca l'irruzione nel settore dell'editore spurio rispetto all'editore puro, il quale ha come unico punto di riferimento della propria attività il successo dell'azienda giornalistica. Per lottare contro questo fenomeno in varie parti del mondo sono state avanzate delle proposte; a questo riguardo cito il Consiglio d'Europa che sta conducendo un'indagine sul tema. Vanno segnalati innanzitutto due obiettivi di fondo da conseguire: il primo è quello di un controllo dei finanziamenti, di un controllo politico ed economico in merito alle iniziative di raggruppamento delle proprietà rispetto alle testate. Però questo è un problema tecnicamente molto complesso. Tanto per fare un esempio, citerò il caso di un medio imprenditore della mia città che sta per dar vita ad un nuovo giornale: in questa impresa, egli ha investito circa un miliardo. Ma io so per certo che questa persona non può disporre di tale somma e quindi mi chiedo chi vi sia realmente dietro questa nuova iniziativa. Il secondo obiettivo che potrebbe essere perseguito sarebbe quello di bilanciare questo fenomeno separando l'aspetto economico da quello della gestione giornalistica per creare un deterrente rispetto a questo tipo di iniziative. Recentemente a Recoaro si è tenuto un congresso dal quale è emersa la proposta integrativa di creare, nella nuova ipotizzata struttura dell'azienda giornalistica, un rapporto che consenta al corpo redazionale ed agli operatori di partecipare in modo determinante, cioè attraverso maggioranze qualificate, alle decisioni concernenti la linea del giornale e a tutti quei fatti che non sono di pura gestione economica, ma che incidono sulla conduzione della azienda. A tale riguardo desidererei conoscere il parere della Federazione.

La seconda domanda è questa: nella scorsa seduta, fra le ragioni della crisi delle aziende giornalistiche, sono state elencate la concorrenza esercitata dalla televisione e la struttura del sistema di distribuzione. Non c'è dubbio che questi due elementi incidano fondamentalmente sulla presente crisi del settore ed abbiano agevolato l'irruzione di interessi editoriali spuri nel campo delle imprese giornalistiche. Ora, per quanto riguarda la pubblicità, io vor-

rei conoscere, se possibile, la misura del drenaggio che oggi si verifica in questo campo non soltanto nel rapporto fra televisione italiana, giornali quotidiani e periodici, ma fra varie televisioni straniere che operano sul mercato italiano. Questo dato è molto importante ed a mio avviso in tale direzione dovrebbero essere assunte opportune iniziative di carattere fiscale per tentare di arginare il fenomeno.

In merito alla struttura del sistema di distribuzione, poi, io credo che il prodotto dell'azienda giornalistica debba essere portato direttamente nelle case, potenziando il sistema distributivo in modo da consentire a tutti, nel posto di lavoro o nella propria abitazione, di accedere al quotidiano. Questo problema, come ripeto, è fondamentale e a mio giudizio non potrebbe essere risolto con la semplice liberalizzazione dei punti di vendita: io riterrei invece indispensabile creare nuove ed originali vie di distribuzione dei giornali.

CESCHIA, Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana. La proposta scaturita dal convegno di Recoaro è una proposta valida che merita di essere attentamente esaminata. Un giudizio politico generale che possiamo dare come sindacato è il seguente: si tratta di una elaborazione importante ed approfondita dei temi che abbiamo prospettato, una convergenza significativa su questi, con una elaborazione teorica e pratica molto interessante ed in gran parte condivisibile.

Il drenaggio della pubblicità è consistente; è abbastanza ovvio che le tariffe siano grandemente concorrenziali, come quelle di radio Capodistria, in quanto queste iniziative non sono rivolte soltanto ad acquisire fondi per l'impresa, ma anche valuta, circostanza coinvolge altre responsabilità ed altri settori. Dobbiamo porre attenzione a questo fenomeno, altrimenti rischieremo di avere un panorama non completo e di indirizzare gli strali esclusivamente verso la Rai-Tv, senza individuare gli strumenti per frenare l'intervento talvolta non molto leale sul piano delle tariffe.

Per quanto riguarda la distribuzione, occorre rompere la barriera che coinvolge direttamente l'editore e l'edicolante e che è accettata più per comodità che per convin-

zione. Tale barriera danneggia i piccoli giornali che avrebbero bisogno di una rete più estesa, più efficiente e meno costosa. Il recapito a domicilio è una delle forme più nuove che si possa proporre, legato, però, anche al miglioramento del funzionamento delle poste, avvalendosi magari di un'organizzazione *ad hoc* per l'interesse che riveste questo settore.

PRESIDENTE. Ringrazio i rappresentanti della Federazione della stampa per il contributo che hanno dato e che vorranno dare alla nostra indagine.

GESCHIA, *Segretario generale della Federazione nazionale della stampa italiana*. Siamo a loro completa disposizione.

La seduta termina alle 18,50