

XV.

SEDUTA DI MARTEDI' 15 GENNAIO 1974

PRESIDENZA DEL VICEPRESIDENTE TURNATURI

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 16,50.

PRESIDENTE. Ringrazio il dottor Vassallo che, accogliendo il nostro invito, ci fornirà il prezioso contributo della sua personale esperienza. Lei, dottor Vassallo, conosce gli scopi che la nostra indagine si prefigge; se lo vuole, può fare una relazione, alla quale seguiranno le domande dei deputati.

VASSALLO, Direttore del quotidiano Il Cittadino. Desidero in primo luogo ringraziare per l'invito che mi è stato rivolto, che permetterà alla Commissione di ascoltare, da una persona che vive nell'ambito del giornale, quali sono le difficoltà della stampa di cui tanto si parla in questi giorni, e che purtroppo sono una realtà.

Ho ricevuto uno schema seguendo il quale cercherò di esporre una situazione che credo comune a tutti i giornali piccoli e medi (e che sicuramente non riguarda le grandi testate). Mentre su alcuni argomenti entrerà nei dettagli, altri li sfiorerò appena, però sottolineo fin d'ora che risponderò senza remora alcuna a qualsiasi domanda mi verrà posta.

Sul numero delle testate è inutile spendere molte parole, ed è bene non dar credito ai dati forniti dagli editori che peccano, di solito, in eccesso. Di sicuro si sa che in Italia si vendono circa 4 milioni e mezzo di copie al giorno; tra quotidiani del mattino e del pomeriggio, le testate dovrebbero essere una settantina.

Per quanto riguarda le società editoriali e la loro composizione, si tratta di un argomento molto modesto e che varia da testata a testata, pertanto lo approfondirò se i deputati riterranno opportuno rivolgermi delle domande in merito.

Passando alla concentrazione delle testate, essa potrebbe essere positiva se considerata dal punto di vista economico, ma è negativa sotto il profilo sociale e politico.

Un argomento particolare è quello della territorialità delle testate, e delle conseguenze sulla gestione dell'azienda; ovviamente ogni giornale ha una sua zona di

influenza, che può essere regionale, provinciale, o addirittura cittadina, come avviene in Lombardia, ed in questo caso l'influenza è limitata per quanto riguarda la visione complessiva dei problemi della stampa.

Adesso entrerà nel vivo della questione parlando dell'azienda tipografica, del personale, degli ammortamenti e degli impianti, con particolare riferimento ai problemi di ristrutturazione tecnologica. In proposito assistiamo ad una rivoluzione costituita dal passaggio dal sistema di composizione con la *linotype* al sistema *offset*. Tale sistema consentirebbe un risparmio del 50 per cento sui costi; si verifica invece il contrario sia perché l'acquisto dei nuovi impianti comporta dei costi di ammortamento e degli interessi molto elevati sia perché non possiamo alleggerire l'organico del personale, come potremmo grazie a tale nuovo sistema, perché i contratti di lavoro ce lo impediscono. Tali contratti, a mio giudizio, sono stati fatti senza conoscere la materia. Un quotidiano socialista di Genova, *Il Lavoro*, dopo aver installato l'impianto *offset* si è trovato non solo a dover pagare tutto il personale che aveva prima ma ha dovuto continuare a corrispondere gli straordinari, malgrado non se ne facciano più. Questo non è che un esempio, ma potrei farne tanti altri.

Il problema della carta è importantissimo e mi permetto di richiamare la vostra attenzione sull'argomento. Dall'inizio di dicembre alla fine di gennaio il prezzo della carta passerà da 130 a 220 lire: ciò, per le aziende editoriali, rappresenta un autentico disastro perché i costi aumentano più del doppio. Ma non si tratta solo di questo, in quanto i quantitativi di carta sono attribuiti a ciascun giornale dall'Associazione editori in base a criteri che favoriscono quasi esclusivamente le grandi testate (ed è per questo che noi ne siamo usciti ormai da tempo). Siamo dunque sottoposti a continue notificazioni che ci avvertono in un primo tempo che per il 1974 disporremo di un quantitativo pari a quello del 1973, poi che subiremo una riduzione

ne del 10 per cento, infine - ed è l'ultima notificazione - che nel mese di agosto non avremo niente. Non mi sembra giusto, a questo punto, che il nostro giornale che è sempre uscito a 10 pagine sia costretto, per non chiudere i battenti, a ridurle ulteriormente, mentre alle grandi testate, che, tra l'altro, dedicano numerose pagine alla pubblicità, vengano attribuiti quantitativi altissimi.

Non ho molto da dire per quanto riguarda la propaganda: ogni giornale, come è logico, cerca di allargare la cerchia dei propri lettori attraverso svariati strumenti pubblicitari (circolari, manifesti, pubblicità cinematografica, eccetera).

Il problema della distribuzione e dei rapporti con i punti di vendita è invece gravissimo; l'edicolante riceve il giornale con un margine di guadagno del 20 per cento netto, le copie che non vende vengono restituite.

Quindi non hanno la minima alea; noi andiamo a prendere il giornale al punto di vendita e lo ritiriamo e paghiamo anche i contributi per le associazioni. Loro che cosa ci danno? Le edicole sono sorte per la vendita dei giornali, ma espongono le riviste. Consentiteci di vendere il giornale allentando la disciplina dei punti di vendita. Si deve trovare un sistema di distribuzione diversa perché si sa che, accanto a pochissime edicole che tirano avanti alla meglio, vi sono edicolanti che guadagnano più di un direttore di giornale e anche più di un deputato. Due o tre mesi fa a Genova per il trasferimento di proprietà di un'edicola sono stati sborsati 60 milioni.

Prezzo dei giornali: è in relazione con il costo e da luogo ad una questione seria. Sappiamo del colpo di mano degli editori, ma certo stando al rapporto fra costo e prezzo di vendita questo dovrebbe essere di almeno 200 lire; ma dobbiamo tenere conto anche dei proventi della pubblicità e del fatto che i giornali con prezzo troppo elevato allontanerebbero i lettori. Elevare il prezzo dei giornali è pericoloso e non saprei cosa consigliare, pur essendo certo che il giornale è un servizio pubblico e deve avere un prezzo politico.

Problema della pubblicità: la pubblicità con la vendita è fonte determinante del bilancio. Si cerca di attivare nuovi afflussi di pubblicità e non è facile. La pubblicità nazionale i giornali l'hanno persa a causa della televisione e siamo molto in allarme perché si parla della creazione di canali

regionali, e se ci togliessero anche la pubblicità locale il disastro sarebbe completo. I piccoli giornali considerano gravissima questa minaccia.

Circa i rapporti fra pubblicità giornalistica ed altri tipi di pubblicità si deve vedere quale sia l'obiettivo dell'utente. Una pubblicità che vuole raggiungere le grandi masse di consumatori trova il mezzo migliore nella televisione che ha una diffusione capillare, ma si tratta di un messaggio visivo e di breve durata. I giornali si devono orientare verso un altro tipo di pubblicità alla quale la televisione non potrà arrivare tanto presto.

Forme di intervento e sostegno per i giornali: praticamente i giornali costituiscono un servizio pubblico ed io che lavoro nel settore dovrei chiedervi delle forme di sostegno, ma non ho il coraggio perché se si aiuta un giornale si devono aiutare tutti. Proporrei un aiuto consistente nel facilitare, fino ad un certo numero di copie, le tariffe postali, telefonico-telegrafiche, con canoni politici. Diversamente non so quale aiuto si possa dare che non sia suscettibile di degenerare in qualcosa di estremamente spiacevole.

Sono stati stanziati 5 miliardi da distribuire fra i giornali, ma sono stati distribuiti in base al numero delle copie e il *Corriere della sera* che vende 600 mila copie la cui composizione è dedicata per il 50 per cento alla pubblicità si è portato via il 12 per cento della somma, per cui gli altri giornali hanno avuto le briciole: il nostro giornale ha avuto solo 10 milioni. Ma non si risolve così il problema di 60 piccole testate sulle 72 che abbiamo in Italia.

Circa i rapporti interni nell'ambito del mio giornale non ho problemi e con la redazione l'accordo è perfetto. Il comitato di redazione è composto da tre persone e due saranno sentite qui questa sera. So comunque che in altri giornali il problema esiste. Ci si chiede: è giusto che esistano i comitati di redazione? È giusto che interferiscano? Si tratta di vedere quali poteri delegare a questi comitati. A me pare che i comitati di redazione non debbano indicare la linea politica del giornale, cosa che potrà verificarsi per i giornali di partito poiché questi ultimi giornali rappresentano appunto la voce del partito.

Del resto occorre tenere presente che ci sono delle responsabilità che corrispondono

a questi poteri di scelta. Infatti la responsabilità penale è del direttore e in caso di fallimento è l'azienda che paga e non i redattori. Ripeto comunque che non ho una diretta esperienza su questi problemi anche se sono a conoscenza del fatto che esistono in modo anche gravi presso altri giornali. A mio avviso il comitato di redazione deve esistere ma per quanto riguarda i poteri specifici sulla gestione del giornale sarei molto cauto nell'attribuirli a tali comitati. Naturalmente si tratta del mio parere personale.

MALAGUGINI. Desidero fare al dottor Vassallo una serie di domande. Di chi è la proprietà del giornale? Nel momento in cui lei è stato assunto, dottor Vassallo, con quali esponenti o persone fisiche ha preso accordi diretti? Qual'è la tiratura del suo giornale e in quale area viene distribuito? Qual'è il carico della pubblicità?

VASSALLO, Direttore del quotidiano Il Cittadino. I proprietari del mio giornale sono diversi; diciamo che la maggior parte della proprietà è della curia di Genova il resto è distribuito fra piccoli proprietari. Quando sono stato assunto ho preso accordi con l'amministratore delegato del giornale il quale mi ha informato sui mezzi a disposizione del giornale stesso mentre per quanto riguarda la linea mi ha detto di portare avanti quella di sempre.

La tiratura ammonta a 18 mila copie che vengono distribuite nella Liguria con una netta prevalenza (12 mila copie) per Genova; a questo proposito faccio rilevare che nella riviera di ponente vi è una vastissima distribuzione di giornali di Torino e di Milano poiché in questa zona risiedono molti piemontesi e lombardi.

Per la pubblicità abbiamo un minimo garantito di 85 milioni rappresentato per il 90 per cento da pubblicità locale (necrologie, avvisi commerciali, eccetera).

MALAGUGINI. Rispetto ai ricavi del giornale cosa rappresenta questo minimo garantito?

VASSALLO, Direttore del quotidiano Il Cittadino. Rappresenta circa il 25 per cento.

MALAGUGINI. Vorrei sapere ancora se il giornale ha una sua tipografia.

VASSALLO, Direttore del quotidiano Il Cittadino. Sì, è un po' antiquata ma la proprietà è del giornale, almeno per quello che mi risulta.

COTTONE. Lei poco fa ha lamentato che nella distribuzione del sostegno finanziario alla stampa il 12 per cento è stato dato al più grosso giornale italiano mentre gli altri si sono accontentati delle briciole. Non le pare anomala, a questo proposito, la proposta che lei ha fatto circa la distribuzione di carta gratis, o ad un prezzo controllato? Cioè i maggiori giornali possono pagarsi da soli il quantitativo di carta che - secondo la sua proposta - dovrebbe essere distribuita, come aiuto, ai più piccoli.

VASSALLO, Direttore del quotidiano Il Cittadino. È evidente che si tratta di una situazione spinosa. Certamente il *Corriere della sera* può vendere un certo numero di copie ad un costo unitario inferiore rispetto al mio giornale, poiché il bilancio di quel giornale è dato per il 50 per cento dalla pubblicità. La questione è molto difficile: io considero i piccoli giornali vittime di quelli grandi. I contratti di lavoro, per esempio, sono fatti sulla misura dei grandi giornali, ma non tengono conto delle esigenze dei piccoli giornali.

COTTONE. Lei ha parlato della stampa come di un servizio pubblico. Vuole precisare se questo è il suo pensiero o se si tratta di una semplice espressione verbale?

VASSALLO, Direttore del quotidiano Il Cittadino. La stampa deve essere considerata come un mezzo di dibattito.

Quindi mi sembra che in un regime democratico svolga una funzione dialettica, critica eccetera. Che sia un servizio pubblico ne dubito, pur ritenendo che si tratti di una funzione importante.

COTTONE. Guai a considerare la stampa un servizio pubblico! È una delicata funzione di prevalente interesse pubblico, ma è una funzione privata. Il panettiere dà il pane che è necessario, ma questo non è un servizio pubblico; tutti sono liberi di fare il pane, e ognuno lo fa come crede. Un po' la stessa cosa accade per il giornale: c'è chi lo fa in un modo e c'è chi lo fa in un altro, e il lettore sceglie quello che preferisce.

VASSALLO, *Direttore del quotidiano Il Cittadino*. Vi è però da considerare un'altra questione, cioè che se lasciamo creare i grandi giornali, questi uccideranno quelli piccoli, perché hanno i mezzi per farlo; la politica che perseguono infatti - nonostante le aperte dichiarazioni secondo cui vorrebbero la pluralità delle testate - è quella dell'uccisione delle piccole testate.

COTTONE. Lei ha parlato della pluralità delle testate. Non è che io non senta la validità di questo tema, però vorrei osservare che questo non è l'unico elemento che possa garantire la libertà di stampa. È noto infatti che vi sono regimi dittatoriali in cui vi è una pluralità di testate. In Grecia, ad esempio, si stampano più testate che in Italia, e in Italia durante il fascismo vi erano più testate che non oggi. Solo Napoleone, che non era un ipocrita, sosteneva che era sufficiente un solo giornale, il *Moniteur*, dal momento che la velina la faceva lui.

Alla base della libertà di stampa vi è il principio secondo cui ciascuno è libero di esprimere le proprie opinioni.

Non è quindi il caso di creare falsi problemi. Probabilmente l'unico elemento che possa consentire una certa perequazione tra giornali a grande tiratura e giornali a piccola tiratura, a parte la questione del prezzo (e sono convinto che non si debba portare il prezzo a livelli economicamente utili per l'azienda, perché in questo caso diventerebbe difficile trovare clienti), è quello della pubblicità, cui si potrebbe porre mano con molta discrezione. A questo riguardo ritorna il grosso problema del monopolio, inconcepibile, della RAI-TV, che dovrebbe porsi sul piano concorrenziale tra le varie fonti di informazione per l'acquisizione della pubblicità.

BAGHINO. Fermo restando che occorre garantire la libertà di informazione e che tra i mezzi a disposizione vi è quello della pluralità delle testate, mi sembra di aver capito che occorre soprattutto un intervento per le medie e piccole aziende, che sono soggette ad un'influenza minore da parte della pubblicità. Occorrono finanziamenti e sovvenzioni, ma non assegnati in modo tale da portare ad una dipendenza delle testate verso il Governo, verso l'autorità. Ecco perché il dottor Vassallo si riferiva alla carta, alla posta, ai servizi e, naturalmente, alla pubblicità. Una cam-

pagna di pubblicità degli enti pubblici, da dividere equamente tra tutte le testate, porterebbe tutti sullo stesso piano di indipendenza.

È questo il senso esatto delle sue parole, dottor Vassallo?

VASSALLO, *Direttore del quotidiano Il Cittadino*. Sì, l'interpretazione è esatta.

BAGHINO. Vorrei porre ancora due domande per chiarimento. Lei ha parlato ad un certo punto degli organici indispensabili per la stenotipia, per le rotative, per la tipografia. È vero o non che la sostituzione di una macchina a freddo al posto del *linotype*, che compone a caldo, porterebbe dalle 8 mila battute, previste dal contratto nazionale dei tipografi, alle 26-30 mila battute? È vero che questo non sarebbe possibile, perché lo impediscono le organizzazioni sindacali, in quanto una macchina compositrice a freddo sostituirebbe quattro *linotype*, e quindi sarebbe indispensabile una revisione dell'organico?

VASSALLO, *Direttore del quotidiano Il Cittadino*. Si potrebbe allargare l'attività del tipografo all'interno dell'azienda, ma abbiamo visto che questo è molto difficile. Ho parlato con sindacalisti di tutte le correnti, che hanno ammesso che è stato compiuto uno sbaglio. Abbiamo una regolamentazione talmente minuziosa di quello che deve fare un operaio di tipografia che è paralizzante per un giornale. Sono state previste 800 righe per sei ore di lavoro, quando se ne potrebbero stampare 2.400. Con il sistema a freddo un operaio comporrrebbe 8 mila righe nell'orario di lavoro, mentre invece sono state previste 1600 righe.

Abbiamo dei costi artificiali che sono altissimi. Abbiamo anche contratti di lavoro molto generosi. Il contratto di lavoro dei giornalisti fa sì che quando un giornalista diventa professionista guadagna lo stipendio di un dirigente. Nel mio giornale, che è piccolo, un tipografo guadagna 300-320 mila lire al mese, e non è eccezionale il caso di chi ne guadagna 500 mila. E bisogna considerare che l'orario di lavoro è di sei ore e che la specializzazione richiede solo tre mesi di tempo. Questo lo sentono anche i dirigenti sindacali, però è una situazione che il sindacato stesso non si sente di spostare.

PRESIDENTE. Qual è il rapporto tra i costi per la tipografia, e quelli per il personale e l'amministrazione?

VASSALLO, Direttore del quotidiano Il Cittadino. Su 450 milioni all'anno di uscite, possiamo calcolare 80 milioni circa per la carta, 100 milioni per i giornalisti, 30 milioni per le spese varie (agenzie, fotografie, ecc.), e 250 milioni per la mano d'opera tipografica. Questo perché, mentre la nostra redazione è composta di pochi giornalisti, il personale tipografico non può essere ridotto nemmeno di un'unità.

BAGHINO. Lei ha accennato ai giornali di partito; qui la linea viene decisa dall'alto, cioè dal segretario del partito stesso, ed all'interno del giornale quella linea deve essere seguita, sia pure nell'ambito di un'interpretazione abbastanza ampia, perché ogni uomo ha un suo cervello e lo vuole adoperare.

Ora la domanda che le pongo è questa: se dovessero aumentare, secondo le richieste della Federazione della Stampa, i poteri del comitato di redazione, condizionando non solo le scelte, ma la stessa attività del direttore, ritiene che ciò andrebbe a detrimento della libertà d'informazione? Lei ritiene che esistano veramente due categorie di giornalisti, quelli che hanno ogni potere nell'ambito del giornale d'informazione, e quelli che non hanno alcun potere nell'ambito del giornale di partito?

VASSALLO, Direttore del quotidiano Il Cittadino. Certamente, esistono due categorie di giornalisti, una con piena autonomia, e l'altra senza autonomia.

OLIVI. Vorrei porre tre domande. La prima verte sul solito argomento della concentrazione delle testate, a proposito della quale lei ha detto che può essere considerata positiva dal punto di vista economico, e negativa dal punto di vista politico. Poiché a noi il problema interessa soprattutto sotto il profilo politico, e quasi tutti (meno il *Corriere della sera*) si sono trovati concordi nel sottolineare l'aspetto negativo della concentrazione, gradirei che lei, dottor Vassallo, ci chiarisse meglio il suo pensiero.

In secondo luogo lei ha detto che il razionamento della carta è irrazionale, soprattutto per quanto riguarda il rapporto notizia-pubblicità. In che modo, allora, da

questo punto di vista potrebbe diventare più razionale?

Infine, lei ha parlato della pubblicità televisiva, sottolineandone dal punto di vista tecnico la differenza dal messaggio pubblicitario giornalistico, nei confronti del quale sarebbe opportuno un potenziamento di carattere diverso.

VASSALLO, Direttore del quotidiano Il Cittadino. Per quanto riguarda la concentrazione delle testate, essa può avere un effetto economico positivo solo ad una determinata condizione, e cioè che ai giornali appartenenti ad uno stesso gruppo vengano dati servizi comuni; in questo caso il risparmio è forte, perché le spese vengono suddivise. Naturalmente però esiste anche il lato negativo; ammettiamo infatti che un gruppo compri un giornale ligure, uno lombardo, uno siciliano ed uno romano, cosa avviene? Che la redazione romana passerà servizi eguali per tutti. In questo senso viene a mancare un pochino di quello che può essere un particolare atteggiamento di un determinato giornale. Diversamente c'è un lato negativo che è piuttosto serio: i giornali rappresentano dei mezzi di pressione - non possiamo nascondercelo - e molte testate, concentrate nelle mani di un solo gruppo economico possono costruire una posizione di potere che potrebbe anche non essere gradita od opportuna.

Per quanto riguarda la razionale distribuzione della carta le faccio presente che avendo ricevuto una minore assegnazione noi abbiamo ridotto immediatamente la pubblicità. Per farle un esempio concreto le dirò che su dieci pagine, una soltanto è dedicata alla pubblicità. I grandi quotidiani, invece, continuano ad occupare le loro pagine con un 50 per cento di pubblicità. Se dobbiamo fare economia, facciamo tutti!

OLIVI. Con quali criteri?

VASSALLO, Direttore del quotidiano Il Cittadino. Fissiamo un *plafond* di 16 pagine che ognuno può utilizzare come meglio crede. In tal modo i piccoli potranno sopravvivere.

Per quanto riguarda la pubblicità televisiva io credo che un certo tipo di inserzioni (necrologi, piccola pubblicità) non potrà mai esserci portata via dalla televisione. Pertanto per adesso è giusto che la

RAI faccia la parte del leone per quanto riguarda la pubblicità a carattere nazionale; quando avremo però i canali regionali il discorso cambierà e la concorrenza sarà spietata (naturalmente a scapito dei giornali).

OLIVI. Ella aveva accennato ad un sistema pubblicitario per i giornali.

VASSALLO, *Direttore del quotidiano Il Cittadino*. Io ritengo che il messaggio televisivo debba essere breve e sostanzialmente visivo; il giornale, invece, può recepire la pubblicità che richiede un certo spazio (ad esempio una colonna) che, se fatto alla televisione, sarebbe troppo lungo e, comunque, non facilmente recepito.

Noi pertanto possiamo ancora conservare la pubblicità redazionale mentre quella per immagini è ormai perduta.

PRESIDENTE. Poiché i colleghi hanno esaurito le domande da porre, congedo il dottor Vassallo ringraziandolo della sua cortese e preziosa collaborazione.

AUDIZIONE DEL DOTTOR BALDASSARRE MOLOSSI
DIRETTORE DEL QUOTIDIANO « LA GAZZETTA
DI PARMA ».

PRESIDENTE. Nel ringraziare il dottor Molossi per aver cortesemente accettato l'invito della Commissione ad esporci il suo pensiero in ordine ai problemi sulla stampa, lo prego di voler rispondere ai quesiti che i colleghi riterranno di rivolgergli.

MOLOSSI, *Direttore del quotidiano La Gazzetta di Parma*. Comunico innanzitutto che sono stato ieri presente all'assemblea della Federazione editori, come delegato del mio presidente, nella quale è giunta la notizia che il prezzo dei quotidiani passa domani da 90 a 100 lire. La Federazione ha deciso di conseguenza di uscire domani ad otto pagine con il seguente comunicato unico:

In questa assemblea degli editori si sono discussi problemi drammatici che penso altri giornalisti abbiano già portato in Commissione, i problemi, cioè, della libertà di stampa legati al prezzo del giornale. Secondo me è stato commesso un grave errore quando nel marzo 1971 il prezzo del giornale è stato portato da 70

ad 80 lire e, dopo appena tre mesi (troppo presto forse), da 80 a 90. A mio avviso esso avrebbe dovuto essere portato subito da 80 a 100 lire per eliminare quella grossa questione psicologica costituita dalla famosa monetina di resto.

La Gazzetta di Parma è una delle più antiche testate italiane ed ha acquistato una nuova vita dopo la liberazione. È stata inattiva dal 1948 al 1968 e ciò ha consentito la creazione di una nuova sede. Ho iniziato la mia carriera di giornalista in questo giornale a seguito di una lunga tradizione familiare in questo campo: mio nonno ereditò la proprietà della testata nel 1880, da un consiglio di amministrazione di cui faceva parte anche Giuseppe Verdi. Io non ho più un'azione di proprietà, ma so che mio padre e mio nonno dovettero gestire questa piccola azienda in modo da non rimetterci, ma la società editrice che ora la gestisce dal 1948 ha guadagnato. Quando sono entrato a lavorare nel giornale, nel 1950, vi erano poche macchine e oggi abbiamo 13 rotative e dai 45 dipendenti del 1948 si è passati a 110, perché una volta il giornale si poteva gestire in modo remunerativo, ma da tre o quattro anni non più, date le difficoltà che vengono alle piccole e medie aziende dalla strozzatura del prezzo. Per noi 10 lire in più la copia rappresentano 80 milioni annui e se il prezzo fosse stato portato a 100 lire dal 1971 oggi non saremmo in passivo. Ora il prezzo di 100 lire non è remunerativo. Nel settembre del 1973 il costo era di 143 lire oggi 150 e il ricavo salirà dalle 70 alle 79 lire da domani. Il personale del giornale è costituito da 90 tipografici, che costano 5 mila lire l'ora, e 23 giornalisti, compreso il direttore. È un buon numero per un piccolo giornale di provincia che però ha una forte incidenza: vendiamo in media 38 mila copie, domenica scorsa 47 mila.

Abbiamo necessità di 1.200 quintali di carta al mese e non si deve sottovalutare neppure il problema dei punti di vendita che portano a strozzature assurde - oggi a Parma una buona edicola costa 30 milioni -. Il servizio postale è scarsamente efficiente e dobbiamo provvedere con servizi di corriera per fare avere il giornale agli abbonati in tempo in una zona che ha anche parti montagnose.

PRESIDENTE. Quale è l'incidenza della distribuzione sul bilancio?

MOLOSSI, *Direttore del quotidiano La Gazzetta di Parma*. È una domanda tecnica alla quale ora non saprei rispondere. Il consiglio di amministrazione ed io siamo del parere di accettare tutte le forme di aiuto non condizionante da parte del Governo, come gli sgravi delle tariffe postelegrafoniche, ma preferiamo mantenere il prezzo libero anche per la carta. Il problema della carta oggi è drammatico, i prezzi sono molto alti anche all'estero e noi ci siamo autolimitati: da 14 a 12 pagine e domani 8 pagine come tutti gli altri giornali.

Per quanto riguarda i rapporti interni all'azienda posso dire che sono buoni. Noi avevamo un comitato di redazione composto di 3 membri di cui uno all'ospedale, uno dimissionario per una crisi interna del comitato stesso, ma in genere i rapporti interni in un piccolo giornale sono di maggior colleganza e quindi buoni; anch'io prima di essere direttore ero giornalista redattore, poi redattore capo; e del resto i rapporti sono eccellenti con i bravi giornalisti, buoni con i discreti e meno buoni con i mediocri. Della stampa di provincia si deve poi dire che costituisce un trampolino di lancio per tutti.

Aggiungo che io contesto fortemente la settimana corta che da noi è effettiva, anche per i praticanti. In un grande giornale la sostituzione del redattore capo o del capo cronista è normale, ma in un piccolo giornale con 23 giornalisti e 5 capiservizio non trovo un giornalista idoneo a sostituire il capo cronista. Io quindi non ho mai un giorno di riposo e il redattore capo si riposa solo mezza giornata.

Posso osservare che una volta vi era nel lavoro maggior familiarità; oggi prevale il concetto impiegatizio, ma i rapporti sono ugualmente buoni. Abbiamo solo recentemente avuto una questione per gli abusivi: loro sanno che si diventa giornalisti dopo 18 mesi di pratica, ma per vagliare le attitudini al giornalismo si tengono a fare pratica dei ragazzi per un anno, pagandoli. In genere sono passati tutti e poi sono andati ad altri giornali; qualche volta mi sono trovato in difficoltà e sono ricorso ad altri giornali in altre città.

A settembre-ottobre, il comitato di redazione ha impostato un certo tipo di rapporto, per quanto riguarda i giornalisti praticanti e per quanto riguarda il comportamento da adottare in caso di scioperi proclamati dall'UCSI. Questi scioperi in so-

stanza non sono fatti se non sono condivisi.

A questo punto mi pare che sarebbe meglio proseguire con le domande, anche per toccare altri argomenti.

MALAGUGINI. La solita domanda informale; chi sono i proprietari del giornale e con chi ha concordato la linea del giornale quando è stato assunto?

MOLOSSI, *Direttore del quotidiano La Gazzetta di Parma*. La nostra è una società per azioni; il maggiore azionista è rappresentato dall'Unione industriali di Parma, poi ci sono altri piccoli azionisti fra i quali un gruppo di agricoltori.

Quando sono stato assunto non ho preso contatti con la proprietà; quest'ultima affida la gestione economica ad un presidente, ad un vicepresidente e ad un consigliere delegato che sono autonomi nei confronti della proprietà. A mia volta io rispondo non alla proprietà ma al presidente e al consiglio di amministrazione del giornale. In questo modo a me sembra di essere tutelato anche per quanto riguarda la linea politica. Mi ritengo abbastanza libero poiché è stato fissato un certo quadro in cui si lavora e soltanto in caso di elezioni si fanno delle riunioni per un confronto di idee, che - salvo alcune sfumature - coincidono. Per esempio giorni fa ho scritto un pezzo sul *referendum* abrogativo senza consultarmi con nessuno. A voi sembrerà strano, ma mi sento assai poco condizionato politicamente, mentre lo sono molto economicamente. Tutto questo forse perché il giornale va bene, è diffuso, pare che questa linea provinciale sia quella giusta; a questo proposito faccio rilevare che sono stato uno dei primi a non voler scimmiettare i grandi giornali nazionali, e a fare invece un giornale cittadino, con i problemi cittadini ben in evidenza.

BAGHINO. La diffusione della *Gazzetta di Parma* è a carattere regionale o provinciale?

MOLOSSI, *Direttore del quotidiano La Gazzetta di Parma*. Esclusivamente provinciale con delle frange locali.

BAGHINO. Mi pare di aver sentito dire che se il prezzo del giornale fosse stato portato due anni fa a 100 lire *La Gazzetta di Parma* avrebbe mantenuto un bilancio almeno in pareggio, mentre oggi con l'au-

mento di vari costi, fra cui quello della carta, tale aumento di prezzo non è più sufficiente.

Se vi fosse l'iniziativa di far distribuire la pubblicità, alla pari, da enti pubblici questo apporto potrebbe dare una tranquillità economica al suo giornale oppure tale giornale ha già sufficiente pubblicità?

MOLOSSI, *Direttore del quotidiano La Gazzetta di Parma*. Per quanto riguarda l'attuale aumento del prezzo del giornale ripeto che oggi questo aumento non è più sufficiente. Mentre per quanto riguarda la pubblicità bisognerebbe vedere in cosa potrebbe consistere questa pubblicità. Attualmente la metà ha carattere cittadino, per un quarto si tratta di necrologie e per l'ultimo quarto ha carattere nazionale; quindi siamo fortemente deficitari circa la pubblicità nazionale. Attualmente abbiamo mezzo miliardo il minimo garantito.

BAGHINO. Vorrei fare un'altra domanda, che consuetamente rivolgiamo a tutti. In che modo vede il rapporto concentrazione di testate e esigenza di libertà di informazione? Cioè come si potrebbe evitare di avere una limitazione nell'informazione correggendo o guidando l'eventuale passaggio di proprietà o di concentrazione della testata?

MOLOSSI, *Direttore del quotidiano La Gazzetta di Parma*. Da una parte si rileva la disaffezione degli imprenditori per l'impresa giornalistica; infatti il giornale italiano nasce come un fatto letterario e poi diventa un fatto politico e da questa impostazione si è condizionati, benché oggi si comincia a considerare il giornale - un po' dappertutto - una industria come una altra.

Questa disaffezione dell'imprenditore può portare alla vendita della testata e quindi alla concentrazione o alla soppressione (che è un delitto perché quando muore un giornale è una voce libera che viene a mancare). Per quanto ci riguarda abbiamo difesa questa nostra indipendenza perché è giusto che una città come Parma abbia la sua voce; se oggi possiamo condurre una polemica contro la petrolifera di Fornovo, che per noi rappresenta un grave pericolo di inquinamento, è proprio perché esiste un giornale come il nostro che conduce questa polemica in modo diverso, per esempio, dal *Resto del Carlino*.

Le città che non si sentono mai nominare sono quelle che non hanno un giornale provinciale, come ad esempio la città di La Spezia.

Vi è poi un'altra questione che a mio avviso innervosisce i rapporti con la proprietà, rappresentato dagli atteggiamenti assunti dai comitati di redazione, che chiedono sempre minori poteri del direttore ed una sempre maggiore autonomia decisionale nei confronti del direttore stesso. Ora, è giusto e sacrosanto che il giornalista voglia scrivere quello che pensa, ma quando vuole condizionare certe scelte, anche tecniche, dell'editore finisce secondo me con l'innervosire i rapporti.

BAGHINO. *La Gazzetta di Parma*, attraverso il suo rappresentante, ha manifestato una tendenza al libero prezzo, non al prezzo politico. Non ritiene che, come piccolo giornale, possa essere sacrificato a vantaggio di un grosso giornale, che arriva nella stessa città con un numero di pagine triplo, o ritiene che la funzione locale della *Gazzetta di Parma* sia talmente forte da non dover subire concorrenza?

MOLOSSI, *Direttore del quotidiano La Gazzetta di Parma*. Penso che il prezzo di 150 lire danneggerà i giornali dalle tirature minuscole; se noi vendiamo tante copie, ciò significa che siamo essenziali, anche perché le notizie di Parma non le dà né la RAI-TV né il *Corriere della sera*, né alcun altro grosso giornale. Sono favorevole ad un prezzo differenziato, non nel senso che il grosso giornale debba avere un prezzo ed il piccolo giornale ne debba avere un altro, ma nel senso che lo stesso giornale dovrebbe avere un prezzo diverso a secondo della località in cui è venduto, così come ho visto accadere in America nel 1959 (non so se poi le cose sono cambiate).

Abbiamo calcolato una piccola perdita iniziale di lettori, perché si dovrà assestare il mercato. Io stesso non so se continuerei a comprare quattro o cinque giornali se il prezzo salisse a 150 lire; allo stesso modo chi compra due giornali dovrà scegliere, ed io spero che sceglierà il nostro.

PRESIDENTE. La ringrazio per la cortese collaborazione ed auguro al suo giornale di crescere al servizio della libertà dell'informazione.

AUDIZIONE DEL DOTTOR VITTORINO MELONI,
DIRETTORE DEL QUOTIDIANO « IL MESSAGGERO
VENETO » DI UDINE.

PRESIDENTE. Dottor Meloni, ella è certamente a conoscenza del programma dell'indagine conoscitiva. Vuole per cortesia riassumere il suo pensiero sui punti che le sono stati sottoposti dalla Commissione?

MELONI, *Direttore del quotidiano Il Messaggero Veneto*. Sul tema dell'informazione si potrebbe parlare intere giornate. Poiché questo non è possibile, mi limiterò ad esprimere alcuni concetti.

Ritengo che una delle cause principali della crisi dei giornali in Italia sia derivata da un processo di invecchiamento che non si riscontra in nessun altro settore. I giornali si fanno nello stesso modo, con le stesse macchine, non certo con gli stessi uomini, ma con la stessa mentalità, da cento anni a questa parte. Il problema si è sempre più aggravato, i costi sono aumentati, perché i sistemi non sono più rispondenti ai nostri tempi. Mi sembra pertanto che vi sia una responsabilità che involge tutte le categorie interessate al mondo dell'informazione, nessuna esclusa. Ciascuno di noi porta una parte della colpa di quello che è accaduto.

Sono protagonista di un tentativo di rinnovamento. Sono partito nel 1968 con un nuovo sistema, attraverso una via tecnologica, per cercare una strada che desse nuova linfa al mio giornale. Ho scelto la strada dell'*offset*, che non è un modo diverso di stampare il giornale, ma di concepirlo e di organizzarlo. Questa riforma tecnologica ci ha anche consentito di rinnovare varie strutture dell'azienda giornalistica; per esempio, io non sono subalterno dell'amministratore. Uno dei mali dei giornali è il dualismo burocratico.

Il concetto dal quale siamo partiti è questo: i giornali devono ritornare alle origini. Una volta i giornali erano il prodotto di un uomo, che era nello stesso tempo proprietario, editore e stampatore. I giornali, che nacquero come giornali di opinioni, diventarono poi giornali di notizie, anche perché migliorarono i mezzi tecnici. Un tempo nella mia città vi erano 5 quotidiani, che vendevano poche centinaia di copie, vivevano vita grama ed avevano costi bassissimi; erano più il frutto

del lavoro appassionato di uomini, che avevano diverse idee politiche, che non una struttura industriale. Ritornando alle origini, si poteva ridare alla parte principale del giornale, cioè alla parte giornalistica, quel primato che le spetta, mentre ora il giornalista è diventato, nel corso degli anni, una delle componenti del giornale, e non è più la prima, e la più importante come dovrebbe essere. Basti pensare che anche un ragioniere proveniente da un'industria di calzature può amministrare un giornale.

Ridando al giornalista la posizione che gli spetta abbiamo cercato - e credo sia questa la strada giusta di responsabilizzarlo, lasciandolo libero di scrivere su ogni cosa, dallo sport, alla politica, alla cronaca.

Il progresso è la strada che abbiamo scelto, perché non è possibile che, nel momento in cui gli uomini vanno sulla luna, si mettono in tasca dei sassi e tornano giù, non vi siano macchine che ci consentono di fare il giornale con costi minori, con minor fatica ed un minor numero di addetti. Il tutto, con una produzione maggiore. Il progresso, è ovvio, ci scavalcherà tutti, però non possiamo escluderlo dal giornale. Nel corso di un mio viaggio in America, per esempio, ho visto delle macchine che funzionano da sole, con grande risparmio di mano d'opera.

Dopo il nostro intervento qualcosa si è verificato, ma non si nota certo un moto di rinnovamento, anche per la diffidenza dei giornalisti stessi verso novità che potrebbero sembrare atte a ridurre i livelli occupazionali, cosa che non è assolutamente vera. E poi non bisognerebbe dimenticare che le nuove macchine costano molto di meno. Noi nel 1968 abbiamo messo in piedi, con 450 milioni, un nuovo stabilimento; se avessimo comprato macchine tradizionali, con quella cifra avremmo potuto acquistare soltanto una rotativa di 4 gruppi. Abbiamo in tal modo dimostrato che è possibile far un giornale con un costo di investimento relativamente basso, ed anche di gestione (e non perché i nostri tipografi siano pagati meno, anzi, hanno trattamento per certi aspetti migliore, e poi lavorano in condizioni senz'altro più favorevoli, perché con quei famosi 450 milioni abbiamo potuto mettere anche l'aria condizionata).

Io ritengo quindi che il problema principale sia, da una parte il ritorno alle origini per il giornalista che deve ritrova-

re il suo ruolo primario, e dall'altra il rinnovamento totale, dalle strutture sino al modo di concepire e realizzare un giornale.

PRESIDENTE. Il suo giornale ha raggiunto l'equilibrio aziendale?

MELONI, Direttore del quotidiano Il Messaggero Veneto. Due anni fa avevamo raggiunto il pareggio naturalmente ora, con i nuovi costi ed i continui aumenti, torneremo a trovarci in situazioni difficili. Anche la crisi della carta inciderà notevolmente sul bilancio, pertanto non è più possibile parlare di pareggio.

Per il resto mi rivolgo ai parlamentari per richiamare la loro attenzione sulla necessità di cambiare la legge sulla stampa, anche nei confronti del direttore del giornale, sul quale continua a gravare la terribile minaccia della responsabilità soggettiva, che è una delle cose più strane, perché il direttore dovrebbe controllare, non solo la notizia scritta, ma anche l'autenticità del fatto riferito, il che è impossibile.

Altra questione importante è il rapporto tra il direttore, l'editore, ed il comitato di redazione. Per quanto riguarda il direttore, le sue facoltà sono alquanto limitate, ed elencate nell'articolo 6 che è il più breve di tutti. Se il direttore ha un trattamento privilegiato ed è, per esempio, invitato a presenziare alle sedute del comitato di redazione, lo deve esclusivamente al proprio prestigio personale. Quindi ritengo che questo piccolo potere - se così si può chiamare - a me sia risultato estremamente utile ed ai miei colleghi della redazione altrettanto.

Sono in sostanza dell'opinione che la funzione del primo giornalista (e ricordo che nella tradizione italiana il direttore non è il « signor direttore » ma il « collega direttore ») vada del tutto rinnovata.

MALAGUGINI. Vorrei sapere chi sono (ovvero chi è) i proprietari del suo giornale.

MELONI, Direttore del quotidiano Il Messaggero Veneto. Sono degli azionisti e, per la precisione, due società: una, quella editrice, con 28 azionisti e l'altra, quella tipografica (la VITA), con una settantina di azionisti.

MALAGUGINI. Chi sono i maggiori azionisti, chi sono gli effettivi proprietari?

MELONI, Direttore del quotidiano Il Messaggero Veneto. La maggioranza si ritrova nel Consiglio d'amministrazione ed è costituita dall'ingegner Carlo Melzi, dal dottor Lamberto Mazza e dal commendator Dino Bruseschi. Essi posseggono circa l'80 per cento delle azioni. Gli altri sono tutti piccoli azionisti. Comunque non c'è un solo grosso proprietario.

MALAGUGINI. E Zanussi, ad esempio, non ha una quota?

MELONI, Direttore del quotidiano Il Messaggero Veneto. Sì, ha una quota del 30 per cento circa.

MALAGUGINI. Non ci sono altre industrie a detenere il pacchetto azionario? Ad esempio la fonderia Bertoli?

MELONI, Direttore del quotidiano Il Messaggero Veneto. No, c'è solo Bertoli ma come persona fisica, non come società. Possiede però una piccola quota (il 5 o 6 per cento).

MALAGUGINI. Nel momento in cui ella ha assunto l'incarico di direttore avrà ovviamente discusso della configurazione del giornale, della linea politica da seguire, dei contenuti da dare ai servizi con qualcuno (intendo fisicamente).

MELONI, Direttore del quotidiano Il Messaggero Veneto. Sì, con Zanussi, con il presidente Brusaschi e con un altro.

MALAGUGINI. Qual è la diffusione del suo giornale e come è localizzato percentualmente?

MELONI, Direttore del quotidiano Il Messaggero Veneto. Come tutti i giornali, anche il mio è più forte là dove nasce, cioè ad Udine. In tale città esso addirittura supera il livello medio di lettura che è di una copia di giornale ogni dieci abitanti.

Nel capoluogo e nelle frazioni del capoluogo vendiamo circa 13-15 mila copie al giorno. E poi molto diffuso nella provincia di Udine e quindi nel Friuli. Abbiamo una edizione anche per Gorizia e per Trieste, dove la diffusione però è limitata (a Trieste abbiamo tre redattori perché in quella città risiedono gli organi regionali).

MALAGUGINI. Quante copie vendete mediamente?

MELONI, *Direttore del quotidiano Il Messaggero Veneto*. Circa 35-37 mila, a seconda delle giornate (l'altro ieri, ad esempio, abbiamo tirato 43 mila copie, ma si è trattato di una cosa abbastanza eccezionale), con una resa media del 20-25 per cento.

MALAGUGINI. Che cosa rappresenta il carico attivo pubblicitario rispetto al complesso dei ricavi aziendali?

MELONI, *Direttore del quotidiano Il Messaggero Veneto*. Ci stiamo avvicinando al 50 per cento. Noi siamo collegati con la SPI e tale società amministra il nostro budget pubblicitario che è per lo più costituito da avvisi a carattere locale.

MALAGUGINI. In relazione ad una osservazione da lei fatta circa la responsabilità del direttore, in sede di revisione della legge sulla stampa, come configurerebbe la responsabilità per i reati commessi a mezzo stampa?

MELONI, *Direttore del quotidiano Il Messaggero Veneto*. Io penso che il giornalista autore dell'articolo debba essere responsabile di quel che ha scritto. Il direttore potrebbe essere responsabile solo se l'autore è ignoto o se abbia agito in concorso con l'autore.

MALAGUGINI. Lei ammette la possibilità dell'autore ignoto.

MELONI, *Direttore del quotidiano Il Messaggero Veneto*. Se il direttore fa proprio l'articolo ne assume la responsabilità.

MALAGUGINI. Ma l'autore non è ignoto in quel caso. Non capisco perché nella redazione dei giornali non sia prescritta l'obbligatorietà della firma.

MELONI, *Direttore del quotidiano Il Messaggero Veneto*. Sarebbe ridicolo per notizie magari di sette righe. A me è accaduto questo episodio: a San Vito al Tagliamento era accaduto un certo fatto e tutti lo sapevano ed ho riportato la notizia. Sono stato accusato di appropriazione di un fatto penale: il direttore se ne è interessato presso il carabiniere che aveva

svolto l'indagine, ma sono stato accusato comunque, anche se sostenevo che non avevo avuto alcun mezzo per appropriarmi illecitamente della notizia, perché mi fu risposto che la notizia era troppo precisa.

Mi domando perché solo per il direttore debba esistere una responsabilità oggettiva con il pericolo di andare incontro ad accuse per colpa di più di un cronista, perché questi incidenti si possono ripetere.

BAGHINO. Vorrei sapere quale è il suo pensiero, come direttore, circa i rapporti fra concentrazione delle testate e libertà d'informazione per una eventuale soluzione del problema che questa Commissione potrebbe suggerire. La domanda si collega anche a quanto ho ascoltato circa i rapporti fra comitato di redazione e direttore.

MELONI, *Direttore del quotidiano Il Messaggero Veneto*. Il problema non ci ha sfiorato perché conduciamo una vita autonoma, ma penso che la tutela della libertà dipenda dalla coscienza della libertà dipenda dalla coscienza della libertà che ha il giornalista. Se un giornalista vuole può sempre esprimersi in modo libero e se è coartato ha i mezzi per protestare. Era previsto infatti che il mutamento sostanziale della linea politica del giornale consentisse le dimissioni e un fatto clamoroso del genere costituirebbe sicuramente un fatto politico notevole.

BAGHINO. Il vostro giornale ha un contratto con la SPI attraverso cui riceve la pubblicità degli enti pubblici. Vi è un orientamento, per risolvere la crisi in termini economici, per finanziamenti e interventi non condizionanti (carta gratuita per un certo numero di pagine, agevolazioni fiscali, riduzioni delle tariffe postali)? Non pensa che sarebbe un apporto notevole quello di obbligare gli enti pubblici a distribuire equamente la pubblicità fra tutti i giornali non seguendo l'esempio dei privati che fanno la pubblicità sulle testate per loro più convenienti?

MELONI, *Direttore del quotidiano Il Messaggero Veneto*. La pubblicità degli enti statali o parastatali penso che debba essere distribuita equamente fra tutti i giornali, ma un modo di aiutare i giornali è quello di secondare il moto di rinnovamento non di dare elemosine che finiscono con

l'essere condizionamenti. Noi abbiamo fiducia nello Stato democratico, ma il modo migliore per esaltare la libertà è l'autonomia. Lo Stato può aiutarci dandoci agevolazioni per quanto concerne le tariffe telegrafiche o telefoniche, ma solo con agevolazioni di questo tipo.

La pubblicità è un fatto di mercato che deve seguire le leggi di mercato: si potrebbe intervenire solo, e fino a un certo punto, sugli enti pubblici.

BAGHINO. È favorevole al prezzo fisso o differenziato?

MELONI, *Direttore del quotidiano Il Messaggero Veneto*. Sono sempre stato contrario al prezzo differenziato perché potrebbe avvenire che un grande gruppo industriale volesse sconvolgere tutta la situazione regalando un giornale fastoso con illustrazioni a colori con un danno enorme per i piccoli giornali.

OLIVI. È favorevole al *plafond*?

MELONI, *Direttore del quotidiano Il Messaggero Veneto*. Un certo *plafond* mi pare giusto, come quello delle 8 pagine.

PRESIDENTE. La ringrazio a nome della Commissione della sua esposizione e delle risposte che ha cortesemente fornito alle domande poste.

AUDIZIONE DEL DOTTOR ALESSI,
DIRETTORE DEL QUOTIDIANO « IL PICCOLO ».

PRESIDENTE. Ringrazio il dottor Alessi per essere intervenuto a questi nostri lavori. A lui, come è stato già fatto con gli altri direttori di giornali, chiediamo la sua opinione sulla attuale crisi del settore della stampa.

ALESSI, *Direttore del quotidiano Il Piccolo*. Penso che la situazione si stia man mano deteriorando per una serie di elementi che, singolarmente e nel loro complesso, concorrono a determinare un appesantimento che prima non si registrava.

Anche il mio giornale, che tradizionalmente aveva potuto sempre vivere con tranquillità, ha cominciato a trovarsi in difficoltà. Quali sono i fattori che hanno determinato e determinano questa crisi? An-

zitutto il lievitare di tutti i costi, quello per il personale di tipografia, per gli stessi giornalisti, quello relativo alle materie prime, il costo dei servizi, il costo della distribuzione, e infine - il più preoccupante - quello della carta che è arrivato a livelli straordinari e insostenibili.

Vi è poi il problema del prezzo del giornale che è bloccato e quindi non consente di mantenere un equilibrio fra i costi e i ricavi. Dalla pubblicità i giornali hanno spremuto quanto era possibile sia cercando di sviluppare l'acquisizione della stessa pubblicità, sia alzando le tariffe in modo da aumentare il gettito. Ma tutto ha un limite, che ormai è stato raggiunto e superato; obiettivamente bisogna riconoscere che ormai la pubblicità sui giornali non è più competitiva nei confronti di quella radiofonica o televisiva.

OLIVI. Vorrei sapere se ha qualche criterio da suggerire per quanto riguarda il sistema di razionamento della carta che è stato attualmente adottato per l'approvvigionamento ai giornali. Alcuni hanno sostenuto che questo sistema favorisce alcuni giornali a discapito di altri. Finora si è fatta una riduzione percentuale; qui qualcuno ha proposto di adottare un sistema che tenga conto del numero delle pagine, di concentrare il contenuto delle singole pagine facendo infine un rapporto anche con le pagine dedicate alla pubblicità.

ALESSI, *Direttore del quotidiano Il Piccolo*. Non sono bene a conoscenza della situazione di tutti i giornali e quindi non so se alcuni sono stati favoriti nei confronti di altri. Per conto nostro dico che ci siamo visti tagliare drasticamente la fornitura della carta senza giustificate ragioni. L'intero quantitativo di un mese di fornitura è saltato e non è stato ancora reintegrato; a ciò abbiamo cercato di far fronte con quelle poche scorte che una azienda seria deve pur sempre avere.

Come criterio da adottare non saprei quale suggerire. Dico solo che attualmente abbiamo una dotazione inferiore del 4 per cento alle nostre esigenze. Abbiamo anche cercato di concentrare numeri particolarmente vistosi come quelli della domenica.

BAGHINO. La riduzione del 4 per cento riguarda tutti i giornali.

Il piccolo giornale, di otto pagine, in linea generale ha poca pubblicità, mentre

il grande giornale, sedici pagine, ha il 50 per cento di pagine di pubblicità. Quindi la riduzione del quattro per cento al giornale piccolo o medio costituisce una percentuale che incide notevolmente perché deve diminuire notizie, mentre il grande giornale potrebbe diminuire soltanto pubblicità. La correzione allora, faccio una ipotesi, potrebbe essere quella di dare, oltre alla limitazione delle pagine, anche un rapporto tra notizia e pubblicità? O sarebbe una cosa artificiosa?

ALESSI, *Direttore del quotidiano Il Piccolo*. Penso che un giornale che riducesse la pubblicità, nell'attuale condizione di ricavi, commetterebbe una specie di suicidio, perché la pubblicità è una componente essenziale, anzi indispensabile, alla vita del giornale.

BAGHINO. C'è chi ne ha il 50 per cento rispetto alla spesa e chi solo il 25 per cento.

ALESSI, *Direttore del quotidiano Il Piccolo*. È molto difficile stabilire i criteri della quantità di spazio occupato dalle notizie e occupato dalla pubblicità.

BAGHINO. Quindi una percentuale uguale per tutti sarebbe il minor male.

ALESSI, *Direttore del quotidiano Il Piccolo*. Sì.

BAGHINO. Può l'editore acquistare carta al di fuori dell'assegnazione? E non vi è la possibilità di acquistare direttamente dalla Svezia o dall'Austria.

ALESSI, *Direttore del quotidiano Il Piccolo*. Al di fuori dell'assegnazione no. L'ente cellulosa non ha più scorte, tant'è vero che si è ricorsi al razionamento. Per quanto riguarda l'acquisto diretto, accadeva molti anni fa, specialmente dall'Austria.

NICCOLAI GIUSEPPE. Come giudica il sistema distributivo?

ALESSI, *Direttore del quotidiano Il Piccolo*. È un sistema veramente arcaico, pieno di sovrastrutture e oneri e costi esagerati, senza parlare di problemi gravi di tempi, e velocità di distribuzione. Tutto il sistema di diffusione e distribuzione dei giornali in Italia è veramente antiquato e arcaico. Un giornale piccolo o medio che

abbia problemi di distribuzione, a Roma per esempio, si trova di fronte a problemi insormontabili che non si possono risolvere perché vi è una infinità di impedimenti, vincoli ed obblighi. *Il Piccolo*, ad esempio, arriva in aereo da Trieste e per la distribuzione a Fiumicino deve venire a Roma e poi tornare a Fiumicino.

PRESIDENTE. Quante copie vendete e quale è l'incidenza della distribuzione del suo giornale nelle sedi che non sono le vostre?

ALESSI, *Direttore del quotidiano Il Piccolo*. Il nostro è un giornale a carattere esclusivamente regionale. Abbiamo 71 mila copie di tiratura e l'80 per cento delle nostre vendite avviene tra Trieste, Gorizia, Monfalcone. A Roma o a Milano abbiamo una presenza, ma solo per ragioni di prestigio.

BAGHINO. Quante edizioni ha *Il Piccolo*?

ALESSI, *Direttore del quotidiano Il Piccolo*. Cinque, compresa la città.

BAGHINO. Qual è il suo parere di giornalista sul rapporto che può sussistere tra il rischio delle concentrazioni delle testate e la libertà di informazione? E come si potrebbe ovviare ai problemi che ne derivano?

ALESSI, *Direttore del quotidiano Il Piccolo*. La concentrazione delle testate è la morte della libertà di stampa. Quindi un rapporto tra queste due cose non può esserci. Se si vuole non dico difendere, ma ripristinare la libertà di stampa in Italia, bisogna creare delle condizioni perché le aziende possano vivere e prosperare.

OLIVI. Quali sono queste condizioni?

ALESSI, *Direttore del quotidiano Il Piccolo*. Io le parlo da un punto di vista molto diverso da quello di molti altri, proprio perché parlo di un giornale che ha sempre vissuto con propri mezzi e non ha mai avuto aiuti o sovvenzioni, in 90 anni della sua vita, per merito soprattutto della popolazione cui si rivolge, civile e progredita, che ha il più alto indice di lettura d'Italia. Però ora comincia a scricchiolare.

PRESIDENTE. Queste 10 lire di aumento mettono in equilibrio la situazione economica del giornale?

ALESSI, Direttore del quotidiano Il Piccolo. Da quanto mi dicono, no. Il costo del giornale ha superato questo limite da molti anni.

PRESIDENTE. Lei che è direttore di un giornale a carattere regionale, potrebbe dirci i criteri da seguire per sostenere e salvaguardare la libertà d'informazione?

ALESSI, Direttore del quotidiano Il Piccolo. L'unico sistema è di creare questo stato di libertà. Tutto questo dipende da una infinità di fattori estranei al giornale. Vi è questa forbice tra un prezzo politico controllato e quindi costretto entro certi limiti e invece una lievitazione continua dei costi, non ugualmente controllati, che chiude e taglia la vita di queste aziende. Non vi è dubbio che bisogna tener aperte le due lame della forbice per lasciar vivere queste aziende. Questo è il principale sistema, anche se è molto difficile attuarlo.

MALAGUGINI. Quali sono le partecipazioni proprietarie del suo giornale?

ALESSI, Direttore del quotidiano Il Piccolo. È una azienda a carattere familiare di cui io ho la maggioranza assoluta. Recentemente ci siamo trovati nelle condizioni di trovare in vendita l'unica quota che non apparteneva alla famiglia.

Poiché la mia famiglia fa soltanto questo mestiere: non facciamo altro. Avrei sopportato qualunque sacrificio al fine di acquistare quel 20 per cento non di nostra proprietà, ed aumentare così il carattere strettamente familiare dell'azienda, ma non è stato possibile proprio per le condizioni in cui si trova attualmente la stampa italiana. Pertanto, questo 20 per cento è andato ad un grosso gruppo industriali, l'Editoriale finanziaria del gruppo Fiat.

MALAGUGINI. La presenza di questo gruppo industriale ha portato a delle variazioni? Sono state avanzate delle proposte?

ALESSI, Direttore del quotidiano Il Piccolo. No.

NICCOLAI GIUSEPPE. Quando è stato acquistato questo 20 per cento?

ALESSI, Direttore del quotidiano Il Piccolo. In ottobre dello scorso anno. Obiettivamente debbo dire che non vi è stata alcuna richiesta di modifica; d'altronde, dato il carattere della mia azienda, è difficile che eventuali richieste possano sorgere dai risultati.

PRESIDENTE. La ringrazio dottor Alessi per quanto ha voluto dirci.

AUDIZIONE DEL DOTTOR ALESSANDRO MINARDI, DIRETTORE DEL QUOTIDIANO « IL GIORNALE DI BERGAMO ».

PRESIDENTE. La ringrazio dottor Minardi di essere intervenuto; ella avrà certamente ricevuto il programma della nostra Commissione, e la prego, quindi, di volerci dire il suo pensiero sui relativi problemi.

MINARDI, Direttore del quotidiano Il Giornale di Bergamo. Sono lieto di questa occasione che mi è stata fornita; forse, essendo questa la Commissione interni della Camera vi è la possibilità che si arrivi a qualche soluzione dei problemi della stampa italiana. Numero e diffusione delle testate: da 25 anni c'è la tendenza alla rarefazione delle testate. È uno strano fenomeno: più la democrazia avanza, più il numero e la diversificazione delle testate si restringe. È chiaro che il fenomeno non è del tutto naturale. Si ha l'impressione che l'assenteismo da parte delle autorità abbia proprio la funzione di anemizzare la libera iniziativa nel campo editoriale giornalistico.

Penso che per conservare la libertà di stampa sia necessario, prima di tutto, garantire la libertà di iniziativa degli editori. L'intervento dello Stato deve essere limitato alle agevolazioni - uguali per tutti - che non escludano l'iniziativa privata. Possono riuscire a svilupparsi anche cooperative di giornalisti e di tipografi, ma queste devono godere di agevolazioni ed aiuti non diversi e non superiori a quelli concessi agli editori. Le cooperative avranno sempre bisogno di aiuti esterni e surrettizi, di partiti e di altre organizzazioni, per il semplice fatto che non avendo a loro disposizione capitali di rischio, dovranno

no inevitabilmente chiedere aiuti e sostegno alle forze politiche od economiche che hanno interesse a sviluppare questa ibrida forma di editoria.

L'editoria giornalistica svolge un ruolo di servizio pubblico. Lo Stato deve creare le premesse per ottenere che questo servizio pubblico assolva sempre meglio la sua funzione. Come si sovvenzionano le linee di navigazione, le linee aeree, le linee di autocomunicazione, come si sovvenzionano i teatri, l'industria cinematografica, i musei, le biblioteche, così si deve agevolare l'editoria giornalistica.

Problemi di concentrazione delle testate. È un falso problema. L'editoria giornalistica - se si ammette la libertà di stampa - è libera di attuare concentrazioni e deconcentrazioni. Se le concentrazioni si ritengono pericolose - e lo possono essere in certi casi - l'unico sistema per impedirle è quello di agevolare gli editori, specialmente i piccoli, in modo tale da permettere loro di resistere alle pressioni dei più potenti.

Territorialità delle testate e conseguenze sulla gestione delle aziende giornalistiche. Ammessa la libertà di stampa, non si possono accettare limitazioni territoriali. Ogni giornale deve curare principalmente il mercato che gli compete, ma se un altro giornale, di un'altra zona, riesce ad imporsi fuori della zona che gli compete, non c'è ragione di ostacolarlo. La possibilità di circolazione delle informazioni e delle idee non può in alcun caso essere limitata o vincolata a norme restrittive.

Gestione dell'azienda giornalistica: costi, ricavi, bilanci. L'azienda giornalistica è un'industria atipica perché non lavora per un reddito, ma è pur sempre un'azienda industriale che non può prescindere da una gestione industriale. Costi, ricavi e bilanci sono voci che hanno lo stesso significato delle normali gestioni industriali.

Azienda tipografica: personale, ammortamento impianti, anche con riferimento ai problemi di ristrutturazione tecnologica. È chiaro che l'azienda tipografica è una delle componenti di base dell'editoria giornalistica. Ci sono giornali che stampano nelle tipografie di loro proprietà (ed è la soluzione ottimale) e ci sono giornali che sono clienti di tipografie autonome. Il problema del personale e degli ammortamenti è diverso a seconda dei casi. Mentre le tipografie dei giornali non lavorando per un profitto sono lente nell'aggiornamento e cer-

cano di sfruttare al massimo le attrezzature, con scarsa possibilità di seguire il progresso tecnologico, quelle private, lavorando per un profitto, debbono seguire il passo dei tempi, aggiornandosi continuamente allo scopo di fornire un prodotto sempre migliore a costi più convenienti. Per il personale, la tipografia privata ha la possibilità di attuare una rotazione continua, mentre la tipografia di proprietà dei giornali ha i quadri bloccati essendo il personale inamovibile.

Giornalisti: abbiamo un contratto che è all'avanguardia. Bisogna dire, però, che questo contratto pesa enormemente sulla gestione. Il guaio più grosso è la corporativizzazione del lavoro redazionale che condiziona la struttura interna. Non c'è più fluidità nelle mansioni; ognuno mira a raggiungere una qualificazione autonoma per lavorare meno.

Un colpo mortale l'ha dato la settimana corta, specialmente ai piccoli giornali dove si fanno acrobazie per organizzare la normalità del lavoro. In molti giornali non si fa la settimana corta, poiché l'editore ha concesso un compenso forfettario per il lavoro straordinario. Si tratta, però, di una soluzione che non dovrebbe essere tollerata. Purtroppo i comitati di redazione tendono a forfetizzare il giorno di riposo, ma secondo il mio parere è un grosso errore, perché apre la strada non solo ad elusioni di norme contrattuali, ma ad avventure che non si sa dove finiranno.

Ritengo che per il personale tecnico ed amministrativo la situazione sia un po' quella dei giornalisti, con minori conseguenze negative.

Per la carta si tratta di un problema di costi che si potrà e si dovrà discutere, ma non si può pensare di avere la carta ad un prezzo inferiore al costo; anche qui bisogna cominciare a ragionare in termini economici.

La propaganda di testata non è un problema. Ognuno che lo voglia e ne abbia i mezzi può fare tutta la propaganda che vuole. Ma la propaganda non è tutto. Il giornale si impone per la sua qualità; per esempio chi fa più propaganda sono, in genere, i giornali strettamente politici che sono poi quelli che si vendono di meno. Il lettore vuole l'informazione, la propaganda la sceglie dove vuole.

Ritengo che la distribuzione ed i rapporti con i punti di vendita sia uno dei

problemi più gravi, prima di tutto per il blocco dei punti di vendita. È assurdo che il più importante mezzo di informazione sia ancora vincolato a criteri monopolistici di vendita. Il quotidiano dovrebbe essere venduto da chiunque lo voglia vendere. Si potrebbe cominciare liberalizzando la vendita dei quotidiani e mantenendo agli attuali punti di vendita tutte le altre pubblicazioni, compresi naturalmente i quotidiani.

Altro problema basilare è la percentuale attribuita ai rivenditori. Se continua ad aumentare il prezzo dei quotidiani, è giusto continuare ad aumentare progressivamente la percentuale riservata agli edicolanti? Si deve tener presente che l'edicolante non espone capitale di rischio, non ha problemi di ammortamento, non deve sostenere spese per aumentare la vendita.

NICCOLAI GIUSEPPE. Non paga tasse.

MINARDI, *Direttore del quotidiano Il Giornale di Bergamo*. Fa parte della categoria dei milionari mensili.

OLIVI. Guadagna più dei deputati.

PRESIDENTE. Qual è la percentuale che si dà all'edicolante?

MINARDI, *Direttore del quotidiano Il Giornale di Bergamo*. Il 20 per cento, cioè su 100 lire 20 vanno all'edicolante.

BAGHINO. E 5 al distributore.

MINARDI, *Direttore del quotidiano Il Giornale di Bergamo*. I quotidiani aumentano il prezzo perché aumentano i costi, mentre il rivenditore non ha alcun aumento dei costi, per cui se domani i quotidiani saranno venduti a duecento lire, è ingiusto dare quaranta lire all'edicolante. Poi bisogna rilevare che sono molto organizzati. Infatti ho letto sui giornali che si sono uniti tutti i sindacati dei distributori dei giornali. Si sta facendo un settore corporativo che blocca e vincola la libertà di stampa che è alla base della democrazia. Basti pensare che non si sono potuti vendere i giornali, perché gli edicolanti avevano fatto sciopero.

NICCOLAI GIUSEPPE. Da considerarsi mafioso.

MINARDI, *Direttore del quotidiano Il Giornale di Bergamo*. Senz'altro di origine mafiosa. È assurdo che chi vende il giornale conservi il monopolio delle vendite e abbia garantita - senza esporre capitali, senza problemi di ammortamento e senza spendere nulla per sviluppare le vendite, come ho già detto - una tangente sempre maggiore sui ricavi di un prodotto la cui produzione ha richiesto tanti soldi e tanto lavoro.

In ordine al prezzo del giornale e alla sua relazione con il costo, rilevo che la relazione prezzo-costi è semplicissima. I quotidiani oggi costano 150-160 lire, anche i piccoli che magari hanno un solo giornalista professionista, e vengono venduti, dopo l'aumento deliberato ieri, a 80 lire perché 20 le prende l'edicolante. È un fenomeno senza precedenti che impone soluzioni. Certo i giornali oggi si fanno non per ricavare degli utili economici, ma fino a quando sarà possibile pretendere che gli editori sborsino cifre astronomiche per ottenere di partecipare alla democratica competizione delle idee? Poi si dice che vi sono editori che hanno interesse ad influenzare l'opinione pubblica in un certo modo, ma rimaniamo sempre nel campo democratico. Fino a quando potranno resistere o non troveranno nuove forme per spendere altri soldi? Si arriverà a un limite di rottura. E allora cosa accadrà? Avremo dei giornali di Stato? E la democrazia e la libertà dove e come finiranno?

Circa il prezzo va osservato che non sono infondate le proposte di un prezzo libero o differenziato a seconda del numero delle pagine. Ci sono giornali che costano meno, altri che costano di più, giornali a 32 pagine e giornali a 8 pagine; giornali che pagano i servizi degli inviati speciali con dei milioni, altri che pagano poche migliaia di lire. Pertanto non sarebbe illogico studiare dei prezzi differenziati secondo il numero delle pagine stabilendo un prezzo per un giornale che ha da 8 a 12 pagine ed un altro prezzo quando le pagine vanno da 14 a 32. Ritengo che questa idea debba essere discussa e che possa portare a delle soluzioni.

In merito ai problemi della pubblicità, desidero rilevare che purtroppo la pubblicità sui giornali è rimasta arretrata a forme arcaiche; ciò per lo scarso spirito di iniziativa delle agenzie e per le strutture inadeguate. La radio e la televisione, sfruttando un mezzo di comunicazione nuovo e

originale, permettono anche agli analfabeti e persino a coloro che non sono disposti a ricevere il messaggio pubblicitario, di recepire l'influenza del messaggio stesso. Grave errore è stato lasciare mano libera alla radio e alla televisione che hanno sottratto ai giornali gran parte della pubblicità e inoltre hanno disabituato gli inserzionisti alla pubblicità sul quotidiano, per cui preferiscono farla alla radio ed alla televisione, mentre io penso che la pubblicità sui giornali sia la forma più efficace. Si cominci ad imbrigliare questa invadenza e a ridurre alla ragione chi avvalendosi di un ingiusto monopolio danneggia con conseguenze sempre più gravi l'editoria giornalistica. C'è chi dice di preferire questa situazione, perché con una radio ed una televisione fortemente monopolizzate nelle mani di chi detiene il potere è molto più semplice influenzare l'opinione pubblica. Mi auguro che non siamo arrivati a questo punto e che resti un margine di sopravvivenza per i giornali. Non è che lotti per ottenere qualcosa di meglio per me, perché ho 66 anni e quando voglio vado in pensione, ma penso seriamente al futuro dei giornali italiani che vogliono dire sì alla politica, ma anche alla morale, alla democrazia ed alla libertà e, secondo il mio giudizio, la libertà nasce proprio dai giornali.

Le forme di intervento e di sostegno per i giornali sono indispensabili.

Sono indispensabili ed urgenti, questo è ovvio, ma devono essere articolati in modo da garantire assolutamente la libertà di iniziativa, e un trattamento uguale per tutti. E quando parlo di libertà di iniziativa mi riferisco a quella che può avere il privato, il politico, il capitalista; chi riesce a trovare le soluzioni migliori per sviluppare il proprio giornale è logico che dia fastidio a qualcuno che non ci riesce: ma non si vorrà certo limitare il primo per far andare avanti il secondo, dal momento che una cosa del genere sarebbe veramente inammissibile.

Per quanto riguarda le agevolazioni, io non sono in grado di fare proposte che risultino certamente valide, in quanto il problema è talmente complesso, che sarà difficile arrivare a delle soluzioni ottimali anche per coloro che dovranno prendere delle decisioni, dopo aver molto discusso dell'argomento. Comunque, indubie agevolazioni possono essere costituite da un adeguato rimborso del prezzo della carta (che

già esiste, ma che potrebbe essere modificato), da tariffe telefoniche, telegrafiche e postali a condizioni di favore: il giornale è infatti un servizio pubblico, che interessa anche allo Stato che funzioni bene, dal momento che una buona informazione porta dei vantaggi allo Stato, che non si vedrà costretto a ricorrere ad altri mezzi per informare la gente. Si può anche pensare a sgravi fiscali e alla riduzione dei canoni dell'ANSA che, essendo praticamente l'agenzia ufficiale deve fornire servizi a prezzi agevolati. E noi pubblicando buona parte dei servizi dell'ANSA pubblichiamo delle notizie che allo Stato interessa far conoscere.

PRESIDENTE. Il canone da corrispondere all'ANSA che incidenza ha sul costo della gestione dei giornali?

MINARDI, Direttore del quotidiano Il Giornale di Bergamo. Io posso dirle che c'è stato l'aumento del 20 per cento delle tariffe di questo canone, e che al mio giornale costa 1 milione e 200 mila lire al mese; il mio giornale ha un disavanzo di 250 milioni e se già si cominciasse a risparmiare 10 milioni dall'ANSA sarebbe qualcosa, aggiungendoli ad altri da risparmiare qua e là.

Comunque, tutte le provvidenze di cui ho parlato ammonterebbero a qualche decina di miliardi all'anno: poco o niente, se si pensa alle centinaia di miliardi che si spendono per sovvenzionare tanti cinema e la radio e la televisione, i quali spesso svolgono un'attività di disinformazione e di regresso culturale.

Per quanto concerne i rapporti tra pubblicità giornalistica e le altre forme di pubblicità, io penso che la pubblicità sui giornali, che è la più antica, sia anche la più concreta, perché si può leggere e rileggere, la più sicura, perché si diffonde con un mezzo d'informazione strettamente legato all'attualità quotidiana: quando c'è una grossa notizia, il giornale viene ovviamente comperato da più gente. Tutte le forme di pubblicità sono valide, ma quella sul quotidiano è la più penetrante e sicura. Il mezzo di concorrenza oggi più pericoloso è rappresentato dalla pubblicità radiotelevisiva. È quella che bisogna frenare e controllare, per mantenerla nei giusti limiti.

Circa i rapporti interni alla azienda giornalistica, devo dire che uno dei punti dolenti è ovviamente costituito dai contrat-

ti. Vorrei comunque premettere che nel mio giornale ho fatto applicare i contratti al millesimo: ascoltando il mio comitato di redazione, potrete fare delle domande in proposito, e vedrete così che non c'è niente in sospeso, né da discutere, perché tutto quello che si imponeva di fare è stato fatto. Quando sono arrivato, dodici anni fa, al *Giornale di Bergamo*, vi erano redattori da sei-sette anni, e percepivano 20 mila lire al mese; allora ho detto che non potevo continuare a dirigere un giornale di industriali se questi ultimi non si impegnavano ad applicare il contratto, che non si poteva ancora sfruttare quella gente, e che se non andavano bene si potevano mandare via, ma se andavano bene dovevano essere giustamente pagati. Oggi, devo dire, il mio giornale è uno dei più a posto, sotto questo punto di vista, certamente molto più di tanti altri. Comunque, se i contratti si rispettano, non sorgono problemi (ed è il mio caso). L'aspetto negativo consiste nell'interferenza di organi politici o sindacali esterni, che spesso influiscono sul personale allo scopo di creare problemi con precise intenzioni politiche. Ma qui lo Stato potrà fare poco a nulla: è il rischio che ogni editore deve correre, se vuole mantenere l'indipendenza. Cito un caso: nel mio giornale sono stati fatti degli scioperi che non avevano carattere sindacale.

L'ultimo si è verificato in occasione delle elezioni del 1972 ed è durato quindici giorni (da una settimana prima a una settimana dopo le elezioni stesse) proprio con il preciso scopo di bloccare l'uscita del giornale in quei giorni in cui esso poteva avere un'influenza sugli elettori, e ritardare anche la conoscenza - da parte degli abituali lettori - dell'esito elettorale. Ed io non ne faccio una colpa né ai tipografi né ai giornalisti, ma dico che è accaduto certamente per cause esterne. Ripeto che su questo punto lo Stato non potrà fare nulla, e si tratta di un rischio che si deve correre. Però sarà pure necessario, ad un certo punto, regolamentare la situazione: non dico regolamentare tutti gli scioperi d'Italia, che non mi sembra una proposta da portarsi avanti. Ma fare uno sciopero in un giornale è come togliere l'elettricità o l'acqua: bisognerebbe quindi garantire che, se non vi sono ragioni sociali o sindacali - che io sono pronto a riconoscere - lo sciopero non è ammesso, specialmente quando la stragrande maggioranza degli

eventuali scioperanti non ha intenzione di farlo.

Il nostro giornale ha una tiratura di circa 25 mila copie (a Bergamo ci sono due quotidiani, il nostro ha una tiratura leggermente superiore all'altro, ma dobbiamo comunque dividerci i lettori), e giornali come il nostro, ma anche quelli più grandi applicano dei contratti che sono fatti sul parametro delle esigenze dei grandi giornali, che sono ovviamente diverse, mentre anche i metodi di lavoro dei giornali di larghissima diffusione sono necessariamente diversi rispetto a quelli dei giornali piccoli e medi. Giornali come *Il Mattino* di Napoli, che pubblica quindici edizioni, hanno un'attrezzatura tipografica ed un corpo redazionale che sono impegnati tutto il giorno. Noi invece abbiamo del personale che lavora un'ora e mezza - due ore al giorno, e non possiamo, nel tempo di lavoro, far svolgere ad esso un lavoro diverso dall'abituale. Questa corporativizzazione dei settori ci porta ad enormi aumenti, e lo stesso vale per quanto riguarda i giornalisti; abbiamo giornalisti cui applichiamo il contratto nazionale della categoria, ma bisogna anche considerare che una dimensione assume la settimana corta in un grande giornale ed un'altra ne assume in uno piccolo: noi infatti abbiamo dovuto assumere quattro giornalisti in più, proprio per permettere la giusta rotazione: qualche giornalista era disposto a non fare la settimana corta in cambio di un aumento di retribuzione, ma noi abbiamo rifiutato per rispettare il contratto. Ci vorrebbe un contratto differenziato, proprio perché la natura del lavoro, pur essendo simile, non è uguale, per quanto riguarda i tempi. Siamo arrivati al punto che i nostri giornalisti, facendo i conti alla fine dell'anno, lavorano, in giornate lavorative soltanto sette mesi, mentre percepiscono quindici mensilità di stipendio.

La prima pagina del nostro giornale è a Bergamo, il lunedì mattina, l'unica pagina di informazione interna ed estera: e questo produce una conseguenza fondamentale, per quanto riguarda i costi perché, mentre il *Corriere della sera* può ruotare ed è necessario che abbia dei quadri più ampi rispetto a quelli che noi dovremmo avere.

Per quanto riguarda la tutela della funzione del giornalista, del direttore responsabile e del comitato di redazione, desidero dichiarare che, a mio avviso, solo il di-

rettore può sostenere il ruolo di concertatore del giornale: tutte le responsabilità debbono essergli affidate. Il direttore deve essere il garante, verso l'editore e verso la redazione: deve cioè far applicare i contratti all'editore e deve far rispettare i contratti dai giornalisti. Le sue responsabilità sul piano politico, sull'orientamento generale, sulla struttura redazionale, sull'esecuzione tecnica e sulla disciplina non si possono mettere in discussione senza correre il pericolo di cadere nell'anarchia. Infatti, in alcuni casi in cui l'autorità del direttore è diminuita, hanno preso corpo alcune spinte di carattere non professionale ma politico o di altra natura. Il comitato di redazione deve controllare l'applicazione del contratto, far presente i problemi personali e collettivi che possono sorgere e prospettarli al direttore allo scopo di garantire la necessaria armonia della gestione editoriale. Comunque, sul ruolo del direttore è bene ascoltare l'opinione di uno dei massimi giornalisti del nostro tempo: Hubert Beuve-Méry, che, con la riforma de *Le Monde* ha dato la prova che anche i problemi più gravi dell'editoria giornalistica possono essere risolti. A questa conclusione non si arriva tramite una struttura imposta dal Governo o dallo Stato. Hubert Beuve-Méry ha realizzato una riforma gestionale del quotidiano francese che, oggi, ha una tiratura di mezzo milione di copie altissima, cioè, per un giornale che è più di opinione che di informazione. Gli osservatori riconoscono che il merito del « modello » lo si deve in primo luogo al direttore che « regnava e non governava » anche se la redazione dava esempio di una autogestione che in altri giornali non si ripeteva. Beuve-Méry si è ritirato, non è più al timone, ma il suo stile, il suo modello continuano. Egli rimane il profeta. Per questo una sua riapparizione alla TV ha suscitato grande attesa e legittima curiosità. Quando l'intervistatore gli ha chiesto se egli credeva alla direzione collegiale, Beuve-Méry senza reticenza ha risposto: « No, ci vuole un capo che abbia il coraggio di assumere la responsabilità personale delle decisioni. Un giornale è come una nave, ci vuole un uomo al timone ». Alla seguente domanda: « Lei pensa che la stampa scritta sia destinata a ridimensionarsi, se non a scomparire, di fronte all'avanzata del giornale televisivo e parlato, sotto il peso dei *mass-media* ? » egli ha così risposto: « Penso che

la stampa avrà sempre un ruolo da svolgere: La scrittura non può scomparire. La scrittura rimarrà *l'expression privilégiée de la pensée réfléchie*. Così il giudizio di Hubert Beuve-Méry, maestro di giornalismo moderno. Queste considerazioni valgono anche per la pubblicità in rapporto alla televisione.

BAGHINO. La sua esposizione esauriente ha reso perfettamente il suo punto di vista che evidentemente si è formato attraverso una lunga esperienza. Vorrei quindi rivolgerle una semplicissima domanda. La nostra prima preoccupazione deve essere quella di salvaguardare la libertà di informazione: se da una parte vi è concentrazione delle testate, dall'altra vi è uniformità - e quindi concentrazione - dell'informazione, perché si ha la figura del « pastonista » che serve quattro o cinque testate. Anche le agenzie agiscono in questo senso: la stessa ANSA di un medesimo servizio, fornisce cento righe al Governo e 5 ad un ministro: ci troviamo pertanto di fronte ad un tipo di informazione diversa e condizionata. Allora, come potremmo noi garantire la libertà di informazione, impedire questo conformismo? Il problema consiste nella tendenza ad attribuire al comitato di redazione tutta l'autonomia, tutto il potere: all'interno del giornale si forma una maggioranza, per cui in pratica coloro che non ne fanno parte vanno incontro a delle limitazioni nell'esercizio della propria attività e non possono esprimere se stessi. Io penso che il direttore del giornale abbia nell'azienda lo stesso ruolo che ha la lancetta nell'orologio, nel quale tutti gli elementi sono indispensabili, ma l'ora è indicata appunto dalla lancetta. Oppure è sufficiente l'autorevolezza del direttore che riunisce i capiservizio, decidendo con loro la linea del giornale? Su questo punto vorrei alcuni chiarimenti dal dottor Minardi.

MINARDI, *Direttore del quotidiano Il Giornale di Bergamo*. Ho prima citato l'esempio del fondatore de *Le Monde*: si tratta, comunque, di un esempio unico poiché in realtà Beuve-Méry ha dato l'impressione di voler lasciare libertà di espressione ai redattori ma praticamente egli decideva la linea del giornale e ne era l'unico responsabile. Io comunque ritengo che l'informazione debba essere libera. Ai miei redattori ho detto che le opinioni politiche da me espresse sono personali e possono

anche non coincidere con quelle manifestate dall'editore: essi non debbono svolgere una funzione politica, ma hanno soltanto il dovere di pubblicare tutte le notizie, la cui selezione deve essere effettuata in base ad una gerarchia di importanza prioritaria. Si lascia da parte, cioè, la notizia che si ritiene meno importante agli effetti giornalistici e non politici; se i redattori fornissero le notizie lasciandosi guidare dalle proprie opinioni politiche darebbero vita ad un giornale disinformato. La mia massima aspirazione è quella di poter pubblicare tutte le notizie, le quali poi a loro volta dovrebbero essere commentate da un responsabile. Tornando ancora all'esempio de *Le Monde* desidero far rilevare come in quel giornale sia rimasto l'antico spirito, ma come esso non possa essere imitato in quanto il suo fondatore aveva scelto i propri collaboratori tra i giornalisti disposti ad accettare un certo tipo di lavoro.

OLIVI. Cosa ci dice, per quanto riguarda la proprietà del giornale?

MINARDI, *Direttore del quotidiano Il Giornale di Bergamo*. Il giornale appartiene per due terzi all'Unione Industriale, e per un terzo all'Italcementi. Tengo però a precisare che nessuno mi ha mai suggerito di fare o non fare qualcosa; se qualche errore sul giornale è stato commesso, lo devo addebitare a me stesso, non potrei mai dire il partito voleva così. Qualche volta sono capitati dei guai (spesso succede che mentre uno scrive il filo è bianco, poi immediatamente diventa rosso, e poi verde), però hanno sempre riconosciuto che le cose dette erano obiettivamente giuste, e tutto si è fermato lì. Io sono entrato nel giornale conoscendone la proprietà, e posso dire che ho sempre potuto svolgere agevolmente il mio lavoro; inoltre, dalle 4 mila copie di prima, siamo passati alle attuali 25 mila, perché mi sono chiesto quale tipo di giornale fosse il più adatto al bergamasco medio in quel momento, e mi sono comportato di conseguenza.

OLIVI. Avete una vostra tipografia, oppure vi servite da altri?

MINARDI, *Direttore del quotidiano Il Giornale di Bergamo*. La tipografia è del giornale, di sua proprietà.

PRESIDENTE. La ringrazio, dottor Minardi, per essere intervenuto e per aver cortesemente ed ampiamente risposto alle nostre domande.

Abbiamo ora qui i rappresentanti dei comitati di redazione di alcuni giornali, e precisamente: il dottor Guido Mariotti, in rappresentanza del comitato di redazione de *Il Cittadino*; il dottor Angelo Mazzotta, in rappresentanza del comitato di redazione de *Il Messaggero Veneto*; il dottor Gualbero Niccolini, in rappresentanza del comitato di redazione de *Il Piccolo*; il dottor Alberio Greco, in rappresentanza del comitato di redazione de *Il Giornale di Bergamo*; il dottor Giacomo Lombardi, in rappresentanza del comitato di redazione de *Il Mattino*.

Voi conoscete lo spirito e gli obiettivi della nostra indagine. Gradiremmo che ci parlaste subito dei problemi che, come giornalisti, maggiormente vi preoccupano in tutti i settori del giornale.

GRECO, *Rappresentante del comitato di redazione de Il Giornale di Bergamo*. Prima di tutto ringrazio la Commissione per l'invito rivoltoci, poi dirò subito che il problema che ci sta maggiormente a cuore è quello della sicurezza del posto di lavoro, e quindi della continuazione delle testate. Pertanto noi vi invitiamo a tener conto dei vari problemi che ci possono essere per la sopravvivenza di tutte le testate, ovviamente nel modo che sembrerà più opportuno; a tal fine lo Stato potrebbe agevolare i quotidiani, sia attraverso il prezzo della carta, sia applicando tariffe particolari per il telefono, la luce e gli impianti telescriventi. In tal modo si ridurrebbero quelle situazioni che spingono gli editori a cercare aiuti anche in campi estranei all'editoria, e che possono condurre alla concentrazione su più larga scala delle testate.

Altri punti su cui un intervento statale sarebbe utile, sono una razionalizzazione della pubblicità, e l'aumento del prezzo del giornale; tutto questo naturalmente dovrebbe essere fatto senza farsi influenzare dal colore politico diverso.

Qui non ci sarebbe il contributo dato dallo Stato con delle misure diverse, perché il contributo che si dovesse dare al grosso giornale non può essere uguale a quello dato al piccolo.

PRESIDENTE. Cosa ci può dire circa i rapporti tra il comitato di redazione ed il direttore del giornale?

GRECO, *Rappresentante del comitato di redazione de Il Giornale di Bergamo*. Per quanto riguarda il mio giornale ultimamente le cose sono cambiate, nel senso che c'è una collaborazione costante.

BAGHINO. Anche in rapporto alla libertà d'informazione?

GRECO, *Rappresentante del comitato di redazione de Il Giornale di Bergamo*. Per quanto riguarda la libertà d'informazione io parlo soltanto a nome de *Il Giornale di Bergamo* perché non sono al corrente della situazione degli altri giornali.

Praticamente - e non parlo a titolo personale in quanto ho concordato con la mia redazione le risposte che avrei dato in questa sede - escludo che ci siano delle ingerenze per quanto riguarda la pubblicazione delle notizie, anche perché se un giornalista chiede di lavorare presso *Il Giornale di Bergamo*, lo può fare per tre ragioni: o ne condivide la linea un po' marcata (ed in questo caso non sorgono problemi), oppure non la condivide però è arrivato ad un compromesso con la propria coscienza per cui, pur di avere un posto di lavoro, vi aderisce, oppure non la condivide ma entra lo stesso al giornale perché vuol fare la guerra. Ebbene, allora guerra sia! Se ci dovesse essere qualche scontro rischia di pagare, ma il rischio è calcolato.

Non mi sembrerebbe pertanto di dover sollevare un problema di libertà di stampa, quanto invece quello del reperimento delle notizie. Esistono infatti determinate leggi in base alle quali (indipendentemente dal fatto che esse siano giuste o sbagliate, l'importante è che si tratta di leggi che come tali, vanno rispettate) non dovremmo pubblicare alcuna notizia di « nera ». Invece le pubblichiamo perché ci sono fornite dai carabinieri, dalla polizia, dalla magistratura, dalla stradale, ai quali fa piacere trovarsi, il giorno dopo, in un titolo a quattro o cinque colonne. Altre notizie, invece, pur essendo molto interessanti, non possono essere pubblicate, magari perché sono coperte dal segreto istruttorio. Non è giusto, allora, che si adottino due pesi e due misure.

OLIVI. Ma ciò è logico qualora vi sia un impedimento giuridico alla diffusione della notizia!

GRECO, *Rappresentante del comitato di redazione de Il Giornale di Bergamo*. Sì, però noi riceviamo delle notizie anche quando non dovremmo, e ciò perché torna comodo a colui che ce le ha passate. Tutto questo fa parte di un determinato gioco che a noi può anche andar bene, però bisognerebbe che le cose fossero uguali per tutti.

Inoltre, sempre in ordine al reperimento delle notizie, vorrei sottolineare che i piccoli giornali dovrebbero avere le notizie allo stesso modo col quale le hanno la televisione, la radio e i grandi giornali. L'ANSA, ad esempio, dà i resoconti dei processi conclusi dopo le 16 non prima della mezzanotte dello stesso giorno, con la conseguenza che i piccoli ed i medi giornali, data l'ora tarda, rischiano di non inserire nell'edizione del giorno successivo una notizia che, invece, i grandi riportano sicuramente. E ciò malgrado giornali come il nostro siano allacciati con tre canali all'ANSA, con uno all'Italia e con quattro telescriventi ad altre agenzie. Sarebbe sufficiente, a mio avviso, che noi avessimo la notizia non dico insieme ai grandi giornali ma almeno in tempo utile a farla pubblicare.

LOMBARDI, *Rappresentante del comitato di redazione Il Mattino*. Vorrei aggiungere qualche parola a quanto ha detto il collega Greco, del quale condivido le osservazioni di fondo. Il problema, secondo me, è quello, della partecipazione del giornalista alla gestione dell'informazione, in quanto esso è il gestore dell'informazione senza averne i poteri. Come possiamo, allora, conquistarci questo diritto? Lo strumento è dato dal contratto di lavoro, nel quale, al comitato di redazione, è conferito il potere di intervenire sia per quanto riguarda la completezza dell'informazione sia per quanto riguarda il mutamento di mansioni ed altre situazioni interne del giornale. Evidentemente tale strumento non è sufficiente, tant'è vero che nelle aziende si continua a combattere, dopo la cosiddetta battaglia per il rinnovo del contratto, per l'accordo integrativo aziendale (cosa che in questo momento stiamo facendo anche a *Il Mattino* di Napoli).

Sarebbe opportuno che intervenisse al di fuori dei rapporti sindacali una qualche norma che potesse regolare la partecipazione dei giornalisti, non voglio dire alla gestione, ma alla fabbricazione del giornale.

Il fatto che questa Commissione d'indagine ci abbia convocato significa che è stata accolta questa partecipazione del giornalista. A livello di federazione ci stiamo battendo perché si costituisca uno statuto dell'impresa giornalistica che, salvaguardando i diritti della proprietà privata senza interferire nei poteri di chi gestisce, possa dare ai giornalisti la possibilità di inserirsi per legge senza dover sottoporre la redazione a una lotta continua nelle aziende.

Su problemi particolari sono pronto a rispondere.

MAZZOTTA, *Rappresentante del comitato di redazione de Il Messaggero Veneto*. Per quanto riguarda gli aiuti è indubbio che debbano esserne dati all'editoria e dovrebbero essere forniti dando la possibilità di accedere a servizi a prezzi bassissimi e questo significherebbe dare un riconoscimento alla funzione sociale dei giornali senza scendere a condizionamenti che potrebbero essere determinati da altri tipi di intervento, come aiuti che in concreto hanno sempre un prezzo che si paga in termini di libertà di stampa. Oltre a questo ritengo che la strada più ampia da battere per superare la crisi sia quella del rinnovamento, strada su cui anche altri giornali si stanno incamminando. Se i giornali non vogliono cadere in un condizionamento devono potere accedere ad un credito agevolato che non può essere quello normale concesso a particolari tipi di aziende considerando che l'azienda giornalistica svolge un servizio pubblico.

Per il resto concordo con i colleghi sulla necessità di una partecipazione costruttiva del comitato di redazione alla gestione dei giornali che devono essere fatti dai giornalisti.

Nel quadro della nuova legge sulla stampa si deve permettere al comitato di redazione di partecipare e intervenire con dibattiti e incontri continui alla costruzione del giornale. Questo è importante se vogliamo che il giornale sia fatto dai giornalisti.

MARIOTTI, *Rappresentante del comitato di redazione de Il Cittadino*. Per quanto riguarda gli impianti avevamo presentato due note: contributi a tassi bassissimi con scadenza trentennale, anche per le aziende che vogliono rinnovare parzialmente; garanzia dello Stato per i mutui presso le ban-

che con contributi fissi in percentuale da stabilire dati *una tantum* per quelle aziende che intendano avvalersene temporaneamente. Lo Stato dovrebbe assumere le spese per la riqualificazione delle maestranze per non gravare di queste spese le aziende. Ancora un invito rivolgo per un sollecito intervento a favore delle aziende che, come la nostra, si trovano in una situazione pesante.

MALAGUGINI. Voglio chiedere ai rappresentanti dei comitati di redazione se, nel corso della loro attività, si siano mai trovati condizionati da posizioni diverse rispetto alla direzione del giornale, ovvero rispetto a posizioni predeterminate dalla proprietà del giornale.

GRECO, *Rappresentante del comitato di redazione de Il Giornale di Bergamo*. A me non risulta.

LOMBARDI, *Rappresentante dle comitato di redazione de Il Mattino*. Chi decide di entrare a lavorare in un giornale o condivide la linea politica o l'accetta perché deve farlo e lo sa. Nella mia esperienza non vi sono stati casi di condizionamento se con questo termine vogliamo intendere il capovolgimento della verità dei fatti. Al condizionamento come indirizzo dato dal direttore ci si deve attenere, ma non si tratta di imposizione.

OLIVI. Linea politica è un concetto base, ma episodicamente si può essere verificato che l'impostazione di un determinato pezzo giornalistico non sia stata condivisa dal direttore.

LOMBARDI, *Rappresentante del comitato di redazione de Il Mattino*. Si discute. Nel nostro giornale il giornalista è libero di scegliere la sua impostazione, poi il direttore lo chiama ed eventualmente gli dice di comportarsi diversamente la prossima volta. E allora può nascere il caso.

BAGHINO. Credo che sui rapporti direttore-comitato di redazione sia stato detto abbastanza. Vi è l'esigenza di formulare con una norma generale e non sindacale questo giusto rapporto per la maggiore responsabilità di tutti i giornalisti, perché chi è giornalista sa che ha l'esigenza di essere autonomo. Poiché vi è quindi questa esigenza di una pluralità di voci, se lo Stato inter-

viene per favorire la costituzione di cooperative fra giornalisti che possa costituire fonte diretta di manifestazione di notizie, pensate che si potrebbe avere un risultato positivo o i giornalisti potrebbero trovarsi di fronte a difficoltà sul piano economico o della diffusione per cui, se non si hanno a monte forze finanziarie, si rischia un insuccesso?

LOMBARDI, *Rappresentante del comitato di redazione de Il Mattino*. Penso che iniziative del genere siano da accettare sempre che siano subordinate a fini particolari. Se una cooperativa di giornalisti decide di fare il *Corriere della sera* evidentemente non riuscirà mai nell'intento nonostante i contributi; se viceversa l'iniziativa è limitata ad un giornale a carattere locale è possibile che abbia successo e che si possa andare avanti con la premessa che ci siano agevolazioni e contributi sufficienti.

BAGHINO. Sono tutti d'accordo nel ritenere che gli aiuti non debbano porre dei condizionamenti?

NICCOLINI, *Rappresentante del comitato di redazione de Il Piccolo*. Questa è la grande preoccupazione, che il condizionamento sia tale da ledere la libertà di stampa. Rispondendo a titolo personale per quanto riguarda l'iniziativa delle cooperative debbo dire che non sono favorevole, forse perché l'unico esempio che conosco è negativo. Si tratta di una cooperativa di giornalisti triestini, i quali hanno fondato un settimanale che vive esclusivamente di quei condizionamenti che vorremmo tutti escludere.

PRESIDENTE. Ringrazio i rappresentanti dei comitati di redazione per il contributo che hanno dato ai nostri lavori.

La seduta termina alle 20,30.