

**XVI.**

**SEDUTA DI MARTEDI' 22 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 10.**

**MALAGUGINI.** Prima di iniziare le audizioni all'ordine del giorno vorrei fare a nome del mio gruppo alcune considerazioni.

In primo luogo vorrei dire che considero inutile e dannoso il sistema che ci porta ad ascoltare tutti i direttori di quotidiani del nostro paese, dal momento che le osservazioni che possono formulare sono in gran parte ripetitive di altre che abbiamo già ascoltato. Mi sembra che la Presidenza avrebbe dovuto accogliere la proposta che da più parti - e se non erro dallo stesso Presidente - era stata avanzata, cioè di superare quest'ultima fase dei nostri lavori inviando ai direttori di quotidiani che non sono stati ancora ascoltati un questionario, invitandoli a presentare, sempre per iscritto, delle brevi memorie. Mi sembra, viceversa, che la Commissione avesse interesse ad ascoltare voci diverse da quelle sinora sentite in questa sede, e precisamente i direttori delle principali agenzie di stampa e, a conclusione, i rappresentanti delle federazioni sindacali per gli aspetti che riguardano la contrattazione tra forze del lavoro e forze imprenditoriali su questo specifico argomento.

Desidero ribadire con estrema fermezza che l'allungamento dei tempi al quale andiamo incontro fa perdere credibilità in maniera totale al lavoro della Commissione e lo colloca in una posizione di estraneità rispetto al processo di crisi dell'editoria quotidiana italiana, del quale tutti abbiamo conoscenza e coscienza.

Vorrei poi pregare il Presidente, nel condurre l'audizione dei direttori di quotidiani di questa mattina, di cercare di limitare le domande a quegli aspetti che possono dar luogo da parte loro a risposte specifiche e non meramente ripetitive. Conosciamo tutti i problemi del prezzo della carta, dei giornali, ecc. È bene che le domande siano fatte in riferimento alle singole testate di cui queste persone sono direttori, altrimenti questa sera saremo intontiti dalle ripetizioni di questi argomenti generali. Sono convinto che non stiamo rendendo un buon

servizio né alla causa dell'editoria né al prestigio del Parlamento.

**PRESIDENTE.** Mi farò carico delle sue osservazioni presso l'ufficio di Presidenza.

**AUDIZIONE DEL DOTTOR GIANCARLO ERAMO  
DIRETTORE DEL QUOTIDIANO « LA GAZZETTA DI  
MANTOVA ».**

**PRESIDENTE.** A nome della Commissione rivolgo il benvenuto al dottor Eramo ringraziandolo per aver accettato il nostro invito. A lui, come è già stato fatto con gli altri direttori di quotidiano, chiedo di illustrarci la situazione e i problemi che travagliano il suo giornale ed i suggerimenti che può fornire alla Commissione per la risoluzione di tali problemi.

**ERAMO, Direttore del quotidiano « La Gazzetta di Mantova ».** *La Gazzetta di Mantova* è formata da una cooperativa di lavoro che è stata fondata 27 anni fa.

Da parte del Governo e del Parlamento si continua a promettere agevolazioni alle cooperative di lavoro, ma noi finora non abbiamo visto assolutamente alcuna agevolazione. I problemi che ci travagliano sono quelli di tutti i quotidiani; l'aumento del prezzo che venne concesso nel 1974 nella misura di dieci lire sarebbe stato giusto nel 1971; da allora il costo del lavoro è aumentato del 40 per cento. Inoltre questo aumento è stato concesso a metà gennaio quando quasi tutti gli abbonamenti erano stati rinnovati; il quotidiano perderà quindi una notevole fetta di questo aumento tardivo. Occorre far notare che il CIP ha concesso senza indugio l'aumento del prezzo delle automobili.

È chiaro che bisogna sganciare il prezzo del quotidiano dagli indici del meccanismo della scala mobile. Può perfino venire il sospetto che le proprietà dei grandi giornali che hanno spesso alle loro dipendenze decine di migliaia di lavoratori in altri settori preferiscano perdere con i quotidiani piuttosto che pagare somme più alte di indennità di contingenza per gli altri

dipendenti. L'altro sospetto è conseguente: negando un giusto aumento di prezzo ai quotidiani si può pensare che lo Stato italiano voglia favorire la riduzione del numero delle testate e quindi il ventaglio delle critiche soffocando la libertà di stampa. Occorre quindi che i piccoli quotidiani di provincia siano messi in grado di far quadrare il loro bilancio con un giusto aumento di prezzo. Debbo aggiungere che il mio quotidiano è assolutamente indipendente e per questo si regge a galla con fatica; dà lavoro a 70 famiglie in quella libertà che il Parlamento proclama di voler difendere.

**BAGHINO.** La cooperativa da chi è costituita? Cioè, tutti coloro che sono interessati all'attività del giornale sono azionisti della cooperativa?

Qual'è il rapporto tra il direttore e il comitato di redazione?

L'aumento del prezzo dei quotidiani, a vostro avviso, deve essere libero, condizionato al numero delle pagine, o imposto? Il quotidiano che lei dirige ha problemi di diffusione e distribuzione tali da dover promuovere iniziative diverse che potrebbero essere generalizzate, recare vantaggio a tutta la distribuzione?

**ERAMO, Direttore del quotidiano «La Gazzetta di Mantova».** Per far parte della cooperativa bisogna lavorare in uno dei quattro settori del giornale: redazione, amministrazione, tipografia del giornale, tipografia commerciale. Tutti coloro che sono in queste condizioni fanno domanda e versano una quota di 100 mila lire, restituibile al momento di andare in pensione, al compimento del 60° anno di età. Debbo dire che su circa 70 dipendenti del giornale, 60-61 fanno parte della cooperativa.

Lo Statuto della cooperativa prevede il pieno rispetto dei contratti nazionali di lavoro delle varie categorie; noi accettiamo in partenza quello che viene deciso sui contratti nazionali. Ogni tre anni l'assemblea dei soci della cooperativa elegge un consiglio di amministrazione di cui non possono far parte il direttore del giornale e il direttore amministrativo; ovviamente per non cumulare due cariche che porterebbero a dare troppi poteri ad una sola persona.

**BAGHINO.** Ritengo che vi siano delle norme per le quali il presidente del consi-

glio di amministrazione - in questo caso il vice direttore del giornale, quindi un sottoposto - non possa dare delle direttive al direttore del giornale.

**ERAMO, Direttore del quotidiano «La Gazzetta di Mantova».** Il giornale ospita, ormai da 22 anni, articoli di tutte le parti politiche, comprese quelle extra parlamentari in apposite rubriche politiche; esiste un divario nell'ambito del mondo politico, ma tutti possono far sentire la loro voce. Non ci sono problemi perché *La Gazzetta di Mantova* - giornale della federazione fascista della città, - subito dopo la guerra fu gestito da rappresentanti del Comitato nazionale di liberazione. Nell'ambito del giornale vi è una rappresentanza di tutti i partiti, però devo dire che piano piano il giornale si è spoliticizzato, conservando una massima indipendenza, senza accettare aiuti da nessuno. Pubblica tutto, sia che provenga dai partiti, dalle organizzazioni sindacali, da singoli cittadini.

Per quanto concerne il comitato di redazione, debbo dire che da noi questo organo non esiste, perché chiunque, raccogliendo un minimo di adesioni, o più semplicemente, come è successo, chiedendolo al consiglio di amministrazione, può convocare l'assemblea. Tutte le decisioni più importanti del consiglio di amministrazione vengono avallate dall'assemblea dei soci; anche quelle che si riferiscono alla nomina del direttore che, per altro, non sono vincolanti.

In questi anni soltanto tre sono stati i direttori che si sono avvicendati alla direzione del giornale. Il collega Amadei è stato quello che è rimasto più tempo; poi, per raggiunti limiti di età, ha dovuto lasciare il suo posto.

Per quanto concerne la redazione, devo dire che siamo un numero assai ristretto (11 professionisti, un praticante ed un collaboratore fisso) e che facciamo tutto noi. I nostri bilanci debbono essere approvati dalla prefettura, in quanto, se si va in passivo, corriamo il rischio di avere una gestione da parte del commissario prefettizio. Tutti i nostri guadagni vengono reinvestiti in macchinari.

**PRESIDENTE.** Riuscite a raggiungere un equilibrio economico anche dopo gli aumenti che si sono verificati nella carta, per esempio?

ERAMO, *Direttore del quotidiano «La Gazzetta di Mantova»*. Speriamo di riuscire anche quest'anno; noi risparmiamo molto in quanto siamo pochi e lavoriamo molto forte in tutti i settori.

Per quanto concerne la diffusione debbo dire che questo problema rappresenta la rovina dei giornali di provincia. Vi è l'impossibilità di affidare i giornali alle poste, anche per quanto concerne l'invio del nostro giornale, per esempio, a Milano dove risiedono circa 80 mila mantovani. Quando vi era una doppia distribuzione della posta, riuscivamo a far avere il giornale nel pomeriggio; oggi non è più possibile. E certamente, nessuno compra il giornale il giorno dopo. Ci sono dei paesi della provincia che distano dal capoluogo 13-14 chilometri, ai quali dobbiamo inviare noi, con i nostri mezzi, il giornale; di qui l'aumento dei costi.

Per quanto riguarda il prezzo, è chiaro che con le 90 lire o con le 100 lire attuali non si risolve nulla. Il prezzo giusto che ha sostenuto il mio vicedirettore che fa parte della federazione editori è 120 lire, perché un prezzo di 150 lire aiuterebbe troppo i grandi quotidiani, anche se non li fermiamo perché ogni giornale in fondo è comprato nella città o nella provincia di edizione: *il Resto del Carlino* dopo 18 anni ha chiuso la redazione mantovana; questo anche se la provincia di Mantova, per la sua singolarità topografica, accoglie anche molti lombardi, veneti ed emiliani. Sono quindi favorevole al prezzo di 120 lire più che ad un prezzo libero con un numero minimo di pagine. Questa potrebbe essere una soluzione se non aumenterà paurosamente il prezzo della carta, e lo dico pur tenendo conto che noi ci troviamo solo ad un chilometro dalle cartiere Burgo - la seconda cartiera d'Europa - godendo quindi di una riduzione dei costi. Tuttavia abbiamo dovuto egualmente eliminare gli omaggi ed abbiamo dovuto invitare i lettori a prenotare il giornale presso la stessa edicola e non solo al fine di evitare la resa che è solo del 4 per cento in media.

BAGHINO. Percentuale ottima.

ERAMO, *Direttore del quotidiano «La Gazzetta di Mantova»*. No perché quando vi è qualche notizia importante bisogna mandare delle copie in più. Se il prezzo non sarà aumentato non avremo i mezzi per rinnovare le macchine e saremo costret-

ti - per la rotativa, ad esempio - a chiedere un prestito perché non abbiamo alle spalle gruppi economici che possano darci anticipi.

MALAGUGINI. Desidero chiedere di quali agenzie si serve il giornale per avere fonti di informazione e quale sia la società o agenzia che cura la pubblicità e quale minimo garantisce.

ERAMO, *Direttore del quotidiano «La Gazzetta di Mantova»*. Per le informazioni ci siamo serviti per un certo periodo dell'ANSA quindi dell'Agenzia Italia e dell'AGA che è un po' finanziata dalla Confindustria, ma sinceramente devo dire che lascia assolutamente liberi i direttori dei giornali di utilizzare quello che vogliono, il che per i piccoli giornali di provincia non è male: se manca una notizia al «pastone» politico vi è sempre la dichiarazione di qualche deputato di estrema destra o di sinistra da prendere, le notizie sindacali espongono i problemi delle due parti. Noi abbiamo una rotazione di tribuna politica, con 4 o 5 colonne al giorno, per cui tutti i partiti a rotazione vi trovano posto e tutti hanno la possibilità di far sentire la loro opinione.

La nostra agenzia di pubblicità è la Manzoni, una delle tre nazionali, e ci garantisce 152 milioni.

PRESIDENTE. Che percentuale vi è fra questa cifra e gli incassi?

ERAMO, *Direttore del quotidiano «La Gazzetta di Mantova»*. La percentuale varia con il costo del giornale, ma in media ci sono garantiti 12 milioni al mese, recuperati in massima parte dall'agenzia con i necrologi. Il rapporto vendita-pubblicità è di circa il 30 per cento, ma, per contratto, superato un certo numero di pagine o costringendo il giornale a fare più pagine si hanno percentuali del 70 e 20 per cento.

MALAGUGINI. La pubblicità è prevalentemente locale?

ERAMO, *Direttore del quotidiano «La Gazzetta di Mantova»*. In genere sono i necrologi che portano denaro. Vi è una pubblicità locale che riguarda avvisi di negozi o altri avvisi del genere, ma anche la pubblicità nazionale ci interessa. Alla pubblicità nazionale, che è gestita da tre o

quattro grosse agenzie, è difficile arrivare solo per via di amicizie. A Mantova abbiamo gli stabilimenti della Montecatini-Edison, ma questa società per anni e anni non ha mai fatto un sol rigo di pubblicità.

Il nostro giornale ha una tiratura di circa 16 mila copie nei giorni feriali e di circa 17 mila nei giorni festivi. Occorre considerare che la città ha 70 mila abitanti e non vi è una grossa industrializzazione (i contadini leggono molto meno degli operai).

**PRESIDENTE.** La ringraziamo, dottor Eramo, per la sua cortese collaborazione.

**AUDIZIONE DEL DOTTOR VINCENZO CECCHINI DIRETTORE DEL QUOTIDIANO « IL GIORNALE DI BRESCIA ».**

**PRESIDENTE.** Dottor Cecchini, ella avrà seguito anche attraverso il suo quotidiano il lavoro che la nostra Commissione conduce da mesi sui problemi dell'editoria giornalistica. Quali sono i problemi e le difficoltà che interessano il suo giornale, e quali suggerimenti propone?

**CECCHINI.** *Direttore del quotidiano « Il Giornale di Brescia ».* Se mi è consentito, vorrei fare una piccola premessa di carattere personale.

Sono stato capo dell'ufficio stampa di De Gasperi per molti anni come giornalista professionista. Nel giugno del 1958, quando mi dimisi da questo incarico, ho avuto un altro incarico presso la facoltà di scienze politiche dell'Università Cattolica sulla teoria e sulla tecnica dell'informazione. Ora, da circa 14 anni, dirigo questo giornale di provincia.

Posso dire quindi di avere una certa competenza sia della parte giornalistica sia dei problemi dell'informazione visti da un punto di vista generale.

Io darei un'importanza prevalente all'aspetto economico nella gestione del giornale. La tiratura del nostro giornale è di 40-41 mila copie; la resa è del dieci per cento. La pubblicità è forte rispetto alla media nazionale, in quanto si aggira sulle 12 mila colonne; questo significa un *budget* pubblicitario sui 900 milioni l'anno, cioè il 40 per cento del bilancio dell'azienda. Questa è una situazione di privilegio; infatti è l'unico giornale di una provincia economicamente importante, che non ha molti concorrenti regionali o nazionali.

Tuttavia secondo me sono essenziali i criteri di gestione del giornale, nel senso che occorre contenere le spese nell'ambito delle possibilità dell'azienda, non cedere alla tentazione di assumere personale al di là delle possibilità dell'azienda. In questo caso credo che oggi in Italia un giornale di provincia possa vivere anche in condizioni meno favorevoli di quelle di cui ho esperienza. Conosco altri giornali di provincia che vivono e quadrano i loro bilanci senza bisogno di finanziamenti continuativi e di carattere più o meno inconfessabile. So anche che se si fanno le cose con giudizio con una tiratura di 20-30 mila copie si può vivere, purché vi sia un certo afflusso di pubblicità.

Il mio giornale vive della pubblicità e delle copie vendute, e non è il solo. Secondo me occorre distinguere la condizione normale, generale, dell'equilibrio di gestione di un giornale di provincia da quelle che sono le sopravvenienze di questi ultimi tempi, che certamente pesano sul bilancio sotto l'aspetto di maggiori spese. Noi abbiamo, ed abbiamo sempre avuto, un bilancio in equilibrio. Naturalmente adesso le cose diventano più difficili. Un giornale di 16 pagine comporta una spesa di 21 lire di carta su un prezzo di cento lire, di cui 20 lire vanno al distributore. Ma questa spesa della carta sarà soggetta dal primo febbraio ad ulteriori aumenti. Ci sono stati, inoltre, aumenti formidabili nel costo del personale; recentemente si è avuto l'azzeramento, cioè il livellamento delle retribuzioni che prima erano riferiti alla sede. Questo ha comportato per noi un aumento di spesa di alcune decine di milioni.

A questo punto è chiaro che in Italia i giornali che avevano un bilancio in attivo hanno cominciato a faticare per raggiungere il pareggio, quelli che avevano un bilancio in pareggio hanno raggiunto il *deficit*, mentre quelli che già registravano un *deficit* di bilancio si trovano in una situazione difficile. Si tratta di una situazione che riguarda sia giornali regionali che quelli nazionali. Il *Corriere della sera* aveva un bilancio in attivo mentre ora è in passivo, anche se in conseguenza di una gestione piuttosto generosa.

Adesso si pone il problema, per i giornali italiani in genere, di come affrontare questa situazione. Secondo me si drammatizza, nel complesso, il problema della stampa in Italia; bisogna tenere conto di quanto accade all'estero dove questo feno-

meno che ha caratteri economici di dimensioni più gravi, ha portato alla scomparsa di testate gloriose.

In Italia siamo rimasti al livello di diffusione di 6 milioni di copie come quando ero alla presidenza del Consiglio dei ministri; è veramente impressionante questo dato. Si tratta di un fenomeno correlato alla diffusione dei settimanali illustrati. Si deve dire che nel settore dei settimanali abbiamo fatto scuola e creato tipi nuovi. Tutto questo perché gli italiani preferiscono non affaticarsi per quanto riguarda l'informazione; inoltre leggere un settimanale è uno svago mentre un quotidiano significa anche impegnarsi. Alla radice del problema della scarsa diffusione dei quotidiani c'è questa abitudine mentale degli italiani.

Naturalmente i quotidiani italiani sono perfezionabili, ma non è questo il problema visto che i tentativi di innovazione in questo senso non hanno dato risultati eccezionali e si è tornati alle tradizionali forme. La soluzione non potrà avvenire se non con una maturazione lentissima dell'opinione pubblica.

In sostanza si può dire che i problemi della stampa sono più gravi in Italia che all'estero proprio in conseguenza del basso numero di lettori. Il pericolo che possiamo correre è quello della drammatizzazione del problema, dell'eccesso di corporativismo da parte dei giornalisti e quindi della tentazione di statalizzazione. L'introduzione della mano pubblica, però, appesantirebbe la delicatissima situazione della libertà di stampa e questo è un pericolo assolutamente da evitare.

Secondo me non ha senso che lo Stato possieda, attraverso enti a partecipazione statale, dei quotidiani; si tratta di una aberrazione che in passato ha prodotto disastri gravi.

Occorre cercare di sanare la situazione di passività dei quotidiani (che fino ad oggi era eccezionale) con agevolazioni per la carta (il cui costo si può ridurre di molto), con facilitazioni fiscali (che ci sono), eccetera. Se si agisce in questa direzione non ci sono pericoli per la libertà di stampa. Certo sarebbe meglio che queste facilitazioni non fossero necessarie, ma di fronte alla situazione di permanente passivo dei quotidiani e quindi di fronte al rischio di perdere l'indipendenza a favore di chi finanzia operazioni di risanamento, le agevolazioni debbono essere aumentate. Di

fronte a questi bilanci, non resta che aumentare le facilitazioni. Non vedo altre strade che non siano pericolose per la libertà di stampa. Ogni giornale può attraversare dei periodi difficili (ne conosco qualcuno), ma naturalmente un mutuo da una banca, o un finanziamento *una tantum* lo può trovare facilmente se l'azienda è sana. Ciò che distingue i giornali e che fa che essi siano indipendenti o meno è il finanziamento continuativo; il giornale può trovarsi nella necessità di avere un prestito, ma questo non lede la sua indipendenza.

Il giornale che dirigo appartiene a due banche locali: il Banco di san Paolo e il Credito bresciano; fino a qualche tempo fa la loro incidenza nel consiglio di amministrazione si equivaleva.

Per quanto concerne i rapporti tra la proprietà e la direzione, in base alla mia esperienza posso dire che la proprietà non ha mai detto una parola sul modo di condurre un giornale; ho scritto almeno 600 articoli di fondo, eppure non vi sono state sorprese in questo senso. Quindi, ritengo che per i rapporti tra la proprietà e il direttore, un elemento importante sia costituito dalla coscienza del direttore stesso; in base alla mia esperienza posso affermare che in Italia l'esercizio della libertà di stampa dipende dalla paura che hanno i direttori dei giornali di perdere il posto e di conseguenza lo stipendio! Di qui la questione importante della scelta del direttore: questa garantisce l'indipendenza del giornale e la continuazione, nei confronti della proprietà, dell'indirizzo seguito fino a quel momento. È chiaro, infatti, che ogni giornale ha un proprio indirizzo tradizionale, e il direttore assunto deve farsi garante circa la continuazione di questo indirizzo; questo però non deve significare che egli debba essere considerato un impiegato della proprietà.

Prima questo fenomeno era piuttosto accentuato in quanto i giornali erano di proprietà di grandi famiglie; ora, con le difficoltà economiche che sono sorte nel settore, abbiamo avuto degli spostamenti che hanno potuto comportare anche delle variazioni negli indirizzi, e può darsi che i giornali cerchino dei direttori che siano più disponibili alle influenze della proprietà. D'altra parte, il fatto che i redattori siano chiamati a dare un loro parere nella scelta di un nuovo direttore costituisce una remora; naturalmente, deve trattarsi di una consulta-

zione: È chiaro che vi sono dei problemi pratici: se i redattori dicono no all'assunzione di un determinato direttore, questi, se viene imposto dalla proprietà, si troverà in una situazione piuttosto penosa. Come ho detto questo parere dei redattori costituisce una remora, ma dà anche più forza ad un direttore, accettato, nei confronti della proprietà.

Ma il problema non è soltanto questo: è necessario che siano delle persone indipendenti e che siano convinte della giustizia di indirizzo del giornale. Per quanto riguarda i poteri del direttore, possiamo dire che il giornale somiglia ad un'orchestra: se non c'è il direttore non viene fuori nulla. È giusto che i giornalisti godano della libertà di scrivere quello che vogliono, ma debbono certo uniformarsi a quello che è l'alveo concernente l'indirizzo tradizionale del quale il direttore è il responsabile. Esso ne risponde di fronte al lettore e anche in tribunale, nonché alla proprietà.

Ritengo, pertanto, che non siano problemi da drammatizzare perché sul piano del buon senso possono essere risolti; oggi abbiamo i comitati di redazione con i quali discutiamo di questi problemi, prima erano i singoli redattori. Ma le cose vengono sempre fatte con un certo buon senso.

Nel mio giornale vi sono redattori di opposte tendenze politiche, ma questo non ha impedito che il nostro giornale sia rimasto un giornale di informazione, di cui tutti condividono l'indirizzo. Naturalmente, essendo la redazione formata da 20 persone, le cose sono più facili, però non credo, ripeto, che il problema sia insolubile. Bisogna che ora non ci lasciamo prendere dal panico dovendo intervenire. Certe forme, come le società di redattori francesi, sono utili, sono organizzazioni di pressione sui giornali che globalmente possono servire a bilanciare il peso della proprietà, ma dare loro una forma giuridica mi pare difficile, perché fare un'assemblea nelle società per azioni quando sono aziende editoriali creerebbe altri problemi.

Le mie idee sulla stampa: penso che sia un fenomeno spontaneo e tale deve rimanere, che sgorga naturalmente dal corpo sociale e ciò comporta la pluralità delle testate. Abbiamo varietà di testate nelle edicole: dal *Manifesto* al *Secolo d'Italia*, e se in una certa regione non è mai sorto un quotidiano e diciamo che è un'ingiustizia o uno scandalo, siamo fuori dalla ragione

perché ciò significa che nessuno dei ricchi locali se l'è sentita di spendere denaro per fondare un giornale locale. Pazienza, in quella regione leggeranno il giornale nazionale con le pagine locali.

MALAGUGINI. Vi possono essere dei poveri che vorrebbero fondare un giornale regionale ma non possono.

CECCHINI, *Direttore del quotidiano « Il Giornale di Brescia »*. Leggeranno le pagine locali. Bisogna rendere più facile la nascita dei giornali locali ed il segreto è quello di curare la stampa locale, perché vi è il pericolo che il grande giornale soffochi il piccolo; ma è un pericolo relativo, perché il giornale locale è in condizione di dare una tale abbondanza di notizie locali, che sono quelle che interessano il pubblico, che sicuramente venderà le sue copie. Certo si deve stare attenti a non fare passi falsi.

BAGHINO. Poiché ha fatto riferimento a possibilità di vita autonoma di un giornale con circa 30 mila copie, vorrei chiederle se può vivere un giornale di 10 o 12 pagine, con 25 o 30 mila copie di tiratura, e quale potrebbe essere l'intervento dell'apporto pubblicitario.

CECCHINI, *Direttore del quotidiano « Il Giornale di Brescia »*. Almeno il 30 per cento delle spese dovrebbe essere coperto dalla pubblicità.

BAGHINO. Quindi 120 milioni annui dovrebbe fornirli la pubblicità.

CECCHINI, *Direttore del quotidiano « Il Giornale di Brescia »*. La pubblicità locale si deve sapere cercare e si trova anche nei centri economicamente modesti. Certo se si assume troppo personale e si inviano corrispondenti in altre città, il costo diventa eccessivo. Esistono giornali anche a Mantova che si reggono su 4 o 5 persone ben organizzate in cooperative.

BAGHINO. I giornali hanno avuto un'influenza negativa dalla tendenza della radio e della televisione ad aumentare lo spazio dedicato alla pubblicità?

CECCHINI, *Direttore del quotidiano « Il Giornale di Brescia »*. Certo, i grossi; ma dobbiamo distinguere la pubblicità nazionale dalla locale. I giornali di provincia si



occupano di quella locale mentre i grandi giornali e quelli medi che si occupano della pubblicità nazionale sono i più colpiti dalla concorrenza televisiva.

**BAGHINO.** Parlando dei rapporti fra direttore e comitato di redazione, lei sa che vi è una tendenza, da parte dei comitati di redazione, a correggere le prerogative riconosciute dall'articolo 32 del contratto nazionale di lavoro per dare un potere maggiore al comitato di redazione. Non ritiene che l'accettare la consultazione del comitato di redazione sia un condizionamento che non può fermarsi lì, ma comporta una quasi dipendenza del direttore scelto? E non crede che questo comporti un pericolo per i giornali, perché il direttore deve avere a disposizione diversi strumenti che armonizza e non può essere né scelto né condizionato, anche se deve avere la stima della redazione? Lei andrebbe oltre le consultazioni o ritiene uno sbaglio i poteri che sono concessi?

In relazione al piano dell'informazione di cui ha parlato, mi servirebbero altri argomenti perché il nostro problema, come Commissione, non è tanto quello economico, quanto quello della libertà di informazione e della pluralità delle testate.

**CECCHINI, Direttore del quotidiano « Il Giornale di Brescia ».** Io posso basarmi sulla mia esperienza: ho solo 20 redattori che fanno delle proposte; alcune mi sembrano giuste e le discutiamo. Su altre non sono d'accordo e la questione si ferma lì.

So però che in redazioni più numerose le cose non vanno così bene, in quanto vi sono degli elementi che hanno opinioni politiche molto ferme e vorrebbero spostare l'indirizzo del giornale attraverso la loro collaborazione. Secondo me questo non deve essere ammesso, ma se ed in quanto si rimanga nei limiti di una consultazione, su un piano - beninteso - amichevole, non può venirne che bene. Se vi sono disegni di politicizzazione del giornale da parte di elementi che svolgono un'azione in questo senso, ne deriva lo svilimento del giornale. Capisco che questo in qualche caso avviene, ed è deplorabile, però non bisogna andare al di là della consultazione; la parola ha un senso molto preciso; i redattori danno un loro parere, cioè in un'assemblea decidono che il comitato di redazione debba proporre alcune cose al direttore; il comitato si riunisce con il direttore (che in

qualche caso partecipa anche all'assemblea), ed il direttore assume un po' il ruolo che ha il Presidente del Consiglio dei ministri di fronte al Parlamento. Se tutti sono ragionevoli, le cose vanno bene. Cioè consultazioni significa esprimere dei pareri, fare raccomandazioni, ma se si pretende di trasformarla in un potere è evidente che cambia tutto e che nella redazione avviene il caos.

Quanto alla questione generale che ha sollevato l'onorevole Baghino, in Italia abbiamo la libertà di stampa; su questo non si discute. Si tratta dell'esercizio della libertà di stampa, della sua attuazione. Prima di tutto bisogna volere essere liberi, altrimenti è inutile stare a discutere. In Italia abbiamo la pluralità delle testate, e ciò è la conseguenza della spontaneità del fatto stampa; ma la spontaneità non è altro che la libertà, e la libertà di stampa non è che un aspetto della libertà politica; non vi devono essere interferenze del pubblico potere. Questo è il punto essenziale. I pubblici poteri devono sorvegliare, ma la libertà deve essere totale; anche la legge fatta con le intenzioni più pure prima o poi si tradurrà in una limitazione all'esercizio della libertà.

**MALAGUGINI.** Se non erro, *Il Giornale di Brescia* per la pubblicità si affida alla concessionaria *Manzoni*. Qual è il minimo garantito per il suo giornale?

**CECCHINI, Direttore del quotidiano « Il Giornale di Brescia ».** Ogni anno si rifà il contratto in base al colonnaggio. Con il contratto attuale siamo nell'ordine dei 900 milioni.

**MALAGUGINI.** Di quali agenzie di informazione si avvale il suo giornale?

**CECCHINI, Direttore del quotidiano « Il Giornale di Brescia ».** Si avvale dell'ANSA e dell'*Associated-press*. Vi sono offerte dell'ANSA, ma non credo che ne faremo niente, perché si tratta di spese molto forti. Non entriamo nella catena dell'AGA; in passato, quando c'era un vecchio amico, ci mandava gratis qualche articolo di varietà; l'AGA è una forma di finanziamento indiretto, sia pure modesto, relativamente al complesso delle spese del giornale, che non accetto, perché la Confindustria ha sempre il modo per inserire delle idee politiche, e questa è una forma di influenza che non accetto.

**MALAGUGINI.** Ha detto prima che le partecipazioni azionarie di maggioranza nel giornale spettano a due istituti bancari: la Banca San Paolo e il Credito Agrario Bresciano. Si tratta di banche private? E oltre a queste banche, quali altre partecipazioni azionarie di qualche rilievo vi sono?

**CECCHINI, Direttore del quotidiano « Il Giornale di Brescia ».** Sì, le banche sono private. Le altre partecipazioni azionarie sono molto sminuzzate.

**MALAGUGINI.** È azionista di qualche consistenza la società per azioni San Giovitta?

**CECCHINI, Direttore del quotidiano « Il Giornale di Brescia ».** Le confesso che non ho mai sentito nominare questa società. Giovitta è uno dei santi patroni della città di Brescia. Le due banche, se vi sono problemi finanziari od amministrativi, li risolvono nel consiglio di amministrazione. Non sono mai sorti problemi, perché hanno fiducia nel direttore e mettono il giornale nelle sue mani. L'incarico di direttore è un incarico fiduciario che può essere revocato in qualsiasi momento, ma che non può essere soggetto a condizionamenti.

**PRESIDENTE.** La ringraziamo, dottor Cecchini, per la sua cortese collaborazione.

**AUDIZIONE DEL DOTTOR MERANI, DIRETTORE DE « IL LAVORO NUOVO » DI GENOVA.**

**PRESIDENTE.** Le siamo grati, dottor Merani, per avere accolto il nostro invito. Ella conosce il binario di marcia dei nostri lavori e saprà, attraverso il suo quotidiano, a quale punto siamo arrivati. Abbiamo dibattuto per diversi mesi i problemi principali della stampa. Può dirci quali sono i problemi particolari del suo giornale per quanto riguarda l'equilibrio aziendale?

**MERANI, Direttore del quotidiano « Il Lavoro Nuovo ».** La crisi nel settore della stampa regionale, alla quale il mio giornale appartiene, non è recentissima, si sta trascinandolo da molto tempo.

Le aziende non avendo alle spalle grosse riserve di carattere finanziario, non hanno potuto cercare i mezzi per adeguarsi alle esigenze della concorrenza e del mercato.

Vorrei partire da una premessa per ricordare che l'editoria dei quotidiani ha su-

bito per un lunghissimo periodo di tempo (alcune decine di anni) un processo di stasi tecnologica che ha impedito alle aziende di seguire le trasformazioni tipiche di altri settori. In particolare non si è potuto ridurre i costi della produzione aumentando la produttività attraverso la scelta di nuovi sistemi tecnici. Quando questi sistemi si sono presentati all'orizzonte si è manifestato il problema di come poterli utilizzare. Direi che l'esperienza del mio giornale è significativa; si tratta di uno di quei pochissimi quotidiani che hanno trasformato totalmente gli impianti sostituendo al vecchio tipo di composizione a caldo la foto-composizione con impianti *offset* anche per il colore. Dal 1972 siamo cioè in grado di sviluppare tutto il processo di produzione del quotidiano all'interno dell'azienda.

Queste trasformazioni sono state fatte in base alle provvidenze stabilite dalla legge n. 1092 del 1971 per il finanziamento delle trasformazioni tecnologiche dei quotidiani e per gli aiuti alle gestioni dei quotidiani stessi.

Per quanto riguarda gli aiuti alle gestioni la legge è stata completamente inoperante; a quanto ci risulta non sono stati concessi mutui di questo tipo ai fini del riequilibrio di gestione su programmi a lungo termine. Sono stati invece concessi mutui per il rinnovamento degli impianti, ma non sulla base di aiuti particolari al settore della stampa, bensì con l'*iter* normalissimo di tutti i mutui agevolati. La legge prescriveva che i finanziamenti non dovessero godere di particolari garanzie in quanto lo Stato avrebbe dovuto surrogarsi il rischio dell'operazione.

Viceversa noi abbiamo ottenuto il mutuo attraverso il Mediocredito ligure sulla base di garanzie reali fondate su beni immobili e fideiussioni degli amministratori. Ritengo quindi che si sia tradito lo spirito di assistenza alla stampa che si voleva raggiungere con la legge in questione. I problemi del settore sono stati ricondotti nell'ambito di quelli delle piccole e medie industrie con la relativa pressione del sistema bancario.

Il secondo aspetto della legge, quello del rinnovamento degli impianti, doveva tendere a migliorare la produttività attraverso lo sviluppo tecnologico delle aziende. Ora la riduzione dei costi - cioè il miglioramento della produttività - si può ottenere, potenzialmente, aumentando la produzione con lo stesso numero di addetti; ma in un

mercato rigido come quello della stampa quotidiana questo risultato si può raggiungere soltanto riducendo la manodopera. La conseguenza di questo provvedimento relativo al rinnovamento aziendale doveva essere quella di consentire la riduzione degli addetti per la parte che riguarda la fase della stampa vera e propria del quotidiano.

Ovviamente tale riduzione non è stata possibile poiché si è avuta, giustamente, una netta opposizione da parte delle organizzazioni sindacali; con il nuovo tipo di impianti la riduzione della manodopera avrebbe potuto essere del 25 per cento, invece abbiamo potuto raggiungere soltanto un 4 per cento poiché alcuni lavoratori hanno preferito andare in quiescenza in anticipo.

La legge si proponeva di aiutare le aziende giornalistiche, ma in realtà non ha previsto le conseguenze di un rinnovamento tecnologico. Per conto nostro ci siamo trovati con impianti nuovi che però possiamo utilizzare allo stesso costo di quelli vecchi. A mio avviso si sarebbe dovuto completare il provvedimento assumendo iniziative per facilitare una nuova collocazione per i lavoratori estromessi dal processo produttivo. Invece non si è tenuto conto neppure delle esigenze della riqualificazione del personale, necessaria conseguenza del passaggio dalla stampa a caldo a quella in *offset*; la stragrande maggioranza dei quotidiani italiani ha un numero di addetti inferiori a quello stabilito dalla legge che istituisce corsi di riqualificazione aziendale presso il Ministero del lavoro. Non si sono avuti né provvedimenti specifici di riqualificazione nel settore della stampa e neppure provvedimenti generali, per cui la riqualificazione del personale è stata fatta tutta a carico dell'azienda. Cosicché, facendo un bilancio dell'andamento tecnologico della azienda, dobbiamo dire che i costi sono aumentati e abbiamo dovuto procedere alla riqualificazione del personale; ma adesso dobbiamo pagare questi ammodernamenti.

A fronte si è avuto un guadagno del 13 per cento per quanto concerne la pubblicità; un buon risultato, ma abbastanza insufficiente di fronte alla situazione generale dell'azienda.

Comunque, questi rinnovamenti tecnologici sono fondamentali ai fini della salvezza del giornale, in quanto tendono a trasformare la situazione attuale e a rivalutare la funzione del giornale. Ma dobbiamo tener presente quali sono i costi delle mate-

rie prime, come la carta; ecco perché ritengo che per rendere possibile questo processo tecnologico bisogna che vi siano dei provvedimenti che possano permettere ai lavoratori di trasferirsi in altri settori. Non dimentichiamo, infatti, che ogni miglioramento tecnologico, con l'introduzione di nuove macchine, comporta come conseguenza immediata la creazione di una notevole massa di disoccupati.

Uno dei problemi fondamentali della stampa quotidiana italiana, parlo di quella minore, passa attraverso questo processo di rinnovamento tecnologico, attraverso il quale forse ci potrebbe avvicinare ad un certo equilibrio tra costi e ricavi.

Il nostro giornale tira, mediamente, 42.300 copie; la sua diffusione è di 36.600, ed avviene nella provincia di Genova e zone limitrofe. I ricavi sono dati per il 50 per cento dalle vendite, per un 25 per cento dalla pubblicità e per il restante 25 per cento dal finanziamento delle perdite. Pertanto, il divario da coprire è piuttosto notevole; non credo che il problema possa essere risolto, almeno per questo tipo di giornale, sostanzialmente con la politica dei prezzi, perché, stante la percentuale entro la quale le vendite agiscono, noi avremo, con un aumento del prezzo del 20 per cento, un aumento dei ricavi soltanto del 10 per cento.

Su questa questione del prezzo, sulla quale ci sono anche delle polemiche suscitate da certi atteggiamenti assunti dalla Federazione degli editori, vorrei dire che è necessario mantenere un collegamento tra costi e prezzo perché altrimenti le aziende perdono il loro preciso significato. Però, secondo me occorre prudenza; se si ha fiducia nello sviluppo democratico dell'opinione pubblica e nella funzione della stampa e se si vuole la diffusione dei quotidiani in Italia, oggi molto ridotta, una certa politica dei prezzi ci deve essere senza però rompere questo rapporto tra costi e ricavi e lasciando la piena autonomia alle aziende. Se ciò non dovesse verificarsi, noi avremmo un attentato alla libertà di stampa; occorre che siano tutelate le aziende minori nei confronti di quelle più grandi, in modo che quest'ultime non possano invadere il territorio di competenza delle prime, visto che, di fatto, in Italia non esiste una stampa nazionale bensì una stampa regionale, anche se notevole.

Infatti, la distribuzione che va oltre la regione, molto spesso è soltanto di presti-

gio, e non certo di massa; non garantisce, cioè, la diffusione di un giornale nazionale. Ecco perché, molti giornali regionali con questo tipo di diffusione si trovano poi a fare i conti con gruppi che hanno alle spalle dei finanziamenti notevoli.

È necessario, sempre in riferimento alla politica dei prezzi, una politica di tutela nei confronti delle aziende minori, onde evitare che qualcuna di quelle più grosse possa portare avanti una politica monopolistica, tenendo bassi i prezzi per un certo periodo, onde avere la possibilità di subentrare ad altri giornali in zone diverse.

Un altro discorso che mi sembra importante è quello inerente alla pubblicità. Noi sappiamo che in Italia questo è un campo particolarmente rigido; noi siamo all'11° o 12° posto nella classifica dei paesi economicamente sviluppati del mondo occidentale, ed esiste un divario notevole.

Questo fatto determina delle differenze sostanziali tra gli editori nazionali e quelli esteri, cioè una inversione dei tassi di distribuzione.

In questo quadro si inserisce la RAI-TV italiana, oggi, e non solo oggi, oggetto di polemiche; indubbiamente questo ente interviene piuttosto pesantemente. Vorrei aggiungere che la RAI-TV si dice, che elargisca ai vincitori di *Rischiatutto* degli abbonamenti a giornali che ritiene di aver danneggiato. Si tratta certamente di un fatto offensivo: bisognerebbe, invece, rivedere il modo come viene gestita la pubblicità. Man mano che il tempo di trasmissione si allarga, diminuiscono gli inserzionisti per la stampa. Io credo che la RAI-TV potrebbe essere finanziata attraverso l'onere statale e l'importo di utenza, ma è ipotesi astratta; è quindi necessario intervenire, per salvare la stampa nazionale e regionale e la pluralità delle testate, severamente sulla pubblicità della televisione e sull'ambito in cui è gestita, perché non si può mantenere in vita una società a partecipazione statale per il 90 per cento che gestisce la pubblicità per la televisione e per la stampa che sono in concorrenza; questo fa dubitare rapporti sospettabili e non garantiti di cui si è parlato con testimonianze. Né si può tollerare che la società che gestisce la pubblicità italiana gestisca anche quella di Montecarlo che entra in conflitto con la clientela locale della Liguria, della Toscana e forse anche del Lazio. La pubblicità è raccolta dalla SIPRA che quindi gestisce pubblicità concorrenti. Si deve chia-

rire questa forma di gestione che dà luogo a gravi perplessità. A seguito delle richieste dei sindacati lavoratori circa la gestione pubblica, devo dire che siamo contrari a questa soluzione che farebbe abbassare ulteriormente il già previsto investimento per la pubblicità.

Vi è l'altro problema della gestione della pubblicità delle aziende a partecipazione statale e pubbliche. Trattandosi di denaro pubblico, non è ammissibile che vi siano discriminazioni giustificate dal discorso di fornire pubblicità ai giornali con maggior tasso di lettura, perché il mercato italiano è frazionato al punto che tutti i giornali assicurano un tasso di lettura. Riuniamo quindi i proventi della pubblicità pubblica ripartendoli fra i giornali a larga diffusione nazionale e quelli locali, intervenendo sulla diffusione perché le campagne pubblicitarie siano proporzionate dando un premio obiettivo alle testate con maggior diffusione. Per il resto non si può che apprezzare la pubblicità locale, che ha fornito un incremento nel primo trimestre di quest'anno, mentre quella nazionale ha regredito; ma questo dipende dalla capacità aziendale che attinge alla pubblicità, e c'è il pericolo di cadere nelle mani di gruppi monopolistici che porterebbero alla concentrazione delle testate. Più propriamente si dovrebbe parlare di concentrazione delle proprietà delle testate e il processo, in termini generali, non è negativo se attuato (come in paesi esteri) per ridurre i costi. Il pericolo nasce quando chi crea la catena non ha il fine di esercitare un'azione editoriale, ma se ne serve per fini di subordinazione politica, profittando della debolezza delle aziende e dei direttori e dei redattori che, essendo prestatori d'opera, hanno però un ordine professionale che non non risponde ad esigenze giuridiche, limitandosi a funzioni di retroguardia, e non serve molto. Le catene potrebbero essere un elemento di progresso se si limitassero a fini editoriali lasciando alle testate la libertà di comportarsi secondo le proprie scelte, mentre in Italia servono ad assoggettare il più vasto numero di giornali ad un certo tipo di scelta politica o economica. Ma è difficile evitare il fenomeno delle concentrazioni attraverso leggi repressive che si fondano sul meccanismo della ricerca della proprietà, della denuncia dei bilanci e dei trapassi, perché in un paese che non è riuscito ad attuare la riforma delle società per azioni è difficile pensare

che non si trovi facilmente un mezzo per evitare il chiarimento delle proprietà. Il mantenimento della stampa libera passa attraverso la soluzione del nodo della libertà economica, cioè del raggiungimento dell'equilibrio di gestione, perché un giornale con gestione in equilibrio è difficile da comprare e, soprattutto, da vendere; in un momento, come questo, di presa di responsabilità di giornalisti e maestranze, è difficile che il proprietario riesca a vendere la testata, a meno che non vi siano forti ragioni economiche che mettono in gioco l'occupazione dei dipendenti indebolendone l'opposizione.

La finalità non deve essere quella di creare una stampa assistita, ma di costituire le condizioni attraverso cui le aziende possano avere un bilancio in equilibrio.

Il problema della carta si inserisce in quello più generale del modo in cui si è svolta la politica dello Stato negli ultimi episodi. Vi è il problema del mantenimento del prezzo politico, ma lo Stato che ritiene di dover mantenere un prezzo politico controllato deve almeno rendersi garante dell'unico elemento del costo che è in grado di controllare: la carta. Invece ha mostrato di non volerlo fare.

Si pone quindi il problema della revisione totale del funzionamento dell'Ente cellulosa e dei ristorni ai giornali, per mantenere il livello del prezzo della carta condizionato al livello del prezzo di vendita del quotidiano.

Occorre prendere in esame con estrema rapidità la proposta di provvedere all'elargizione di carta gratuita per otto pagine fino a 50 mila copie. Questo è un modo per aiutare le aziende senza intervenire nella loro responsabilità di gestione; messe tutte allo stesso livello, sopravviveranno le aziende che potranno. Il vero problema secondo me è quello di evitare dei condizionamenti in modo che le aziende possano difendersi, problema che coinvolge anche il sistema di distribuzione. Il mio giornale esercita i compiti distributivi per il 95 per cento con mezzi propri; per i giornali regionali sarebbe importante riuscire ad avere possibilità di trasporto con le stesse tariffe postali.

Vi è poi il problema delle edicole. Gli edicolanti sono stati molte volte coinvolti in duri attacchi e in polemiche; si è parlato di monopolio della vendita dei giornali. Se il numero dei punti di vendita potesse essere aumentato, ne deriverebbe un

vantaggio per la diffusione dei giornali. Occorre però ricordare che l'aumento dei punti di vendita gioca a sfavore delle testate minori, perché le obbliga ad una maggiore tiratura, con il rischio di una maggiore resa.

Il fatto è che in Italia vige una politica di licenze di commercio, che in pratica si traduce in una specializzazione nella vendita. Il problema è quello di collocare i punti di vendita in maniera strategica rispetto al nuovo flusso del traffico, spostando l'ubicazione delle edicole.

Quanto ai rapporti interni nel giornale, devo dire che l'azienda in cui lavoro non ha problemi sostanziali. Noi siamo 25 giornalisti professionisti, più cinque giornalisti che esercitano il cambio per esigenze di ferie o di settimane corte; questi ultimi non sono professionisti, e ciò è inevitabile, in quanto il mantenere giornalisti professionisti ai fini del cambio è un lusso che si possono permettere soltanto i grandi giornali, che hanno organici che superano le duecento unità. Per i giornali che hanno 25 dipendenti è un assurdo, è un'offesa alla libertà di stampa pretendere che le funzioni di cambio siano svolte da professionisti. Questa è una politica sofisticata, ma anche aleatoria, condotta dall'Ordine dei giornalisti e dalla Federazione della stampa, che parte dai presupposti in atto nelle grandi aziende, ma fa riversare le conseguenze sulle piccole aziende. Anche questa è una cosa da rivedere, perché l'Ordine non ha una ragione giuridica di esistere. Gli Ordini dei professionisti non sono nati per tutelare le categorie nei confronti della società, ma per lo scopo contrario. Per i giornalisti si sta svolgendo una difesa corporativa che approfondisce le tendenze corporative in atto nelle nostre categorie professionali.

Come dicevo, all'interno della nostra azienda non vi sono problemi di rapporti interni; siamo pochi, ci conosciamo tutti, stiamo svolgendo da tempo, per nostra innata tendenza, un'ampia collaborazione di lavoro di gruppo. Non mi sembra quindi di poter portare delle esperienze particolarmente significative in questo campo, perché non posso dare ragguagli sulle situazioni che viceversa si formano nei grandi giornali, dove i dipendenti sono più numerosi, non si conoscono personalmente.

Vorrei aggiungere qualche cosa sulla figura del direttore responsabile, in rapporto alla tendenza, in parte largamente giustifi-

cata, dei giornalisti italiani, che chiedono che la figura del direttore di giornale scenda dal piedistallo ottocentesco su cui l'ha collocata una certa tradizione post-romantica. Far scendere il direttore da tale piedistallo e fargli svolgere unicamente le funzioni di coordinatore di un lavoro corale è, secondo me, una cosa importante ai fini dello sviluppo del giornalismo. Tuttavia occorre prima modificare la legge sulla responsabilità, perché fino a quando il direttore è l'unico responsabile di fronte alla legge penale e professionale, ed anche di fronte all'editore, è difficile chiedergli di rinunciare a certe prerogative che gli consentono un certo tipo di controllo, per il quale paga di persona. Ritengo che nessun direttore di giornale possa assoggettarsi a queste rivendicazioni, tendenti a far cambiare il costume di lavoro, se prima non venga modificata la sua posizione di fatto, che lo pone come unica vittima di un processo che già ora riesce a controllare con difficoltà. Di fronte a queste rivendicazioni vi è un pericolo cui si va incontro nel momento in cui si modifica la posizione del direttore nell'azienda giornalistica, soprattutto in quella italiana, dove l'editore ha spesso finalità diverse e non dichiarate da quelle che il giornale si propone; il ridurre l'autorità e la presenza del direttore può significare correre il rischio di abbandonare il giornale nelle mani dell'editore, cosa che all'estero si è già verificata. Per esempio, questo si è verificato nella stampa britannica, dove le tradizioni del giornalismo sono tali da costituire una salvaguardia; il nostro è un giornalismo povero e rozzo sul piano dei moderni rapporti, che non ha le tradizioni culturali di quello francese, né le tradizioni civili di quello inglese. Quindi bisogna stare attenti nell'intervenire in meccanismi che sono molto delicati.

BAGHINO. Vorrei fare solo alcune osservazioni e due brevissime domande.

A mio avviso il direttore del quotidiano è un giornalista completo che sa il fatto suo, che ha sempre vissuto con i giornalisti. Non vi è stata mai una torre eburnea da parte del direttore e la soluzione dei problemi nell'ambito della azienda si è sempre trovata tra direttore e corpo di redazione.

Un'altra osservazione che vorrei fare (e che non merita risposta poiché non è competenza di questa Commissione) riguarda

una certa confusione che mi pare di ravvisare tra l'azione sindacale che compie la federazione della stampa e quella dell'ordine dei giornalisti; a me pare che vi debba essere, necessariamente, il rispetto degli impegni che sono legati anche al rispetto del titolo professionale, ma tutta l'impostazione che riguarda i contratti collettivi di lavoro avviene più come incidenza della federazione che come tutela della qualifica professionale.

Vorrei chiedere invece; nel quotidiano *Il Lavoro Nuovo* chi nomina il direttore? In altri termini, di chi è la proprietà del quotidiano? Essendosi poi dichiarato contrario al prezzo libero chiedo al dottor Merani se ritiene che vi debba essere una correlazione del prezzo politico, per esempio, al numero delle pagine o ad altre differenziazioni; altrimenti il vantaggio della grande tiratura sarebbe di notevole entità e non si risolverebbe il problema di fondo che è quello di salvaguardare le testate regionali.

Se non sbaglio lei ha parlato di un 25 per cento di pubblicità e di un 25 per cento di perdita (che qualcuno copre, sarà la proprietà forse); vorrei sapere: che entità contrattuale annuale dà la pubblicità al suo quotidiano?

MERANI, *Direttore del quotidiano «Il Lavoro Nuovo»*. La proprietà è rappresentata da una società per azioni; la nomina del direttore avviene con delibera di questa società, la quale è formata da persone che sono vicine all'indirizzo socialista, indirizzo che il giornale sostiene dalla nascita. La quasi totalità delle azioni è in mano a persone fisiche vicine, ripeto, all'indirizzo socialista, ma ci sono anche azionisti di altre tendenze; non le saprei dire esattamente come è composta la società.

Debbo dire che la nomina del direttore è sempre avvenuta in un certo modo; anticipando il processo che ha fatto scalpore in occasione della nomina del direttore della *Stampa*, la nomina non è stata mai fatta dall'alto, è stata sempre il frutto di una consultazione col corpo redazionale.

Il rapporto tra prezzo politico e costo dovrebbe essere determinato dallo scarto dei proventi della pubblicità, anche se è molto difficile valutare questo scarto perché il mercato della pubblicità varia da regione a regione; giornali come il nostro agiscono in zone ad alto livello di reddito, quindi lo scarto è abbastanza rilevante a differenza

delle zone del sud d'Italia dove la consistenza economica è meno favorita.

Per questo motivo suddividerei la pubblicità derivante dallo Stato tra tutti i giornali per evitare la concentrazione delle testate al nord e la carenza dei quotidiani al sud.

Per quanto riguarda il prezzo si potrebbe pensare di lasciare libero quello dei giornali ad 8 pagine ed imporre un prezzo unico per i giornali con un numero di pagine superiore.

BAGHINO. Questo in rapporto al fatto che il suo quotidiano ha avuto difficoltà per il cambiamento tecnologico poiché non si è avuta corrispondenza a questo cambiamento per ragioni sindacali.

MERANI, *Direttore del quotidiano «Il Lavoro Nuovo»*. Non direi che si è trattato di ragioni sindacali. Il sindacato non può costituirsi in una fabbrica di disoccupati. È una contestazione che faccio ai sindacati proprio perché credo nei sindacati. A dire la verità vi è stata una carenza da parte dello Stato circa quel processo di disimpegno delle maestranze in eccedenza. Questo forse è stato il suo limite: quello di averlo considerato in termini cooperativi. Per quanto riguarda la SPI abbiamo un contratto di 250 milioni all'anno.

TRIVA. Ringrazio il dottor Merani per quanto ha voluto dirci; vorrei ora rivolgere qualche domanda. Ritiene che un provvedimento che incida sulla disciplina della chiusura delle tipografie possa avere una convenienza? Quali sono i rapporti tra la stampa di informazione e le agenzie? Ritiene che uno degli aspetti della disciplina della pubblicità possa essere, considerato all'interno di un provvedimento di incentivi, anche quello di limitare lo spazio per la pubblicità nei quotidiani?

MERANI, *Direttore del quotidiano «Il Lavoro Nuovo»*. Per quanto riguarda la disciplina inerente a una diversa chiusura delle tipografie, devo dire che è una finalità alla quale tendiamo all'interno delle aziende. Sul piano economico non ritengo che i vantaggi possano essere rilevanti; si tratterebbe, infatti, soltanto di eliminare una percentuale esigua di lavoro straordinario. Però, un diverso orario di chiusura, ricondurrebbe il quotidiano ad una certa

serenità non essendo più costretto, come adesso, ad un'assurda corsa per la distribuzione.

Ritengo che dovremmo arrivare ad una chiusura anticipata delle tipografie; nascerrebbero, è certo, delle questioni sindacali, in quanti i lavoratori difenderanno i proventi che raccolgono ora lavorando di notte; però, come ho detto, si tratta di una finalità che semplificherebbe molto la distribuzione.

Rapporto con le agenzie. Indubbiamente esiste un grave problema; di qui forse l'opportunità di un intervento dello Stato per sgravare di questo costo. Ma più che sul piano economico, risulta carente il lavoro qualitativo delle agenzie, perché anziché essere fatte sull'esempio inglese — che forse rimane il migliore —, il lavoro delle agenzie sembra fatto per un solo giornale.

In Svezia vi sono dei processi di distribuzione delle informazioni mediante i quali i servizi delle agenzie arrivano direttamente alla formazione delle pagine; si tratta di sistemi che si stanno sperimentando al giornale *Il Giorno* di Milano per quanto riguarda le corrispondenze che giungono da Roma.

Tutto questo non sarebbe possibile per la generalità dei giornali italiani, in quanto debbono essere rifatti i servizi trasmessi dalle agenzie; naturalmente il poterli inserire direttamente nel processo di stampa, magari attraverso visori televisivi, costituirebbe un grosso vantaggio.

Ma si tratta di un problema molto difficile da risolvere in quanto le agenzie sono autonome; sarebbe possibile soltanto coartando le agenzie stesse. Ve ne sono alcune che non corrispondono a finalità pubbliche e fanno quello che vogliono.

Per quanto concerne la pubblicità, io sostengo la necessità di un'imposta progressiva sullo spazio di pubblicità impegnato perché, effettivamente, su alcuni veicoli di stampa la pubblicità sta eccedendo. Di qui, dunque, la necessità di una tassazione progressiva da utilizzare per delle iniziative di sostegno della stampa o di altre cose. Tutto questo potrebbe portare ad un certo riequilibrio per le scelte di mercato effettuate dagli inserzionisti come conseguenza dei maggiori oneri da pagare.

NICCOLAI GIUSEPPE. Fra gli azionisti della società quali categorie predominano? Costruttori, armatori?

MERANI, *Direttore del quotidiano « Il Lavoro Nuovo »*. Non ci sono né costruttori, né armatori e né proprietari di grossi patrimoni finanziari.

CANEPA. Desidero toccare due problemi; il primo si riferisce ad un concetto già espresso, cioè il rifiuto dell'idea di una stampa assistita come rifiuto di un meccanismo che possa condizionare negativamente la libertà di stampa. Però, ritengo che si debba fundamentalmente distinguere fra i vari tipi di intervento pubblico. Ritengo che la concorrenza fra le aziende editoriali debba essere non di tipo economico, ma, per esempio, nella presentazione delle notizie. Da questo punto di vista — sempre in relazione a provvedimenti legislativi da adottare — l'intervento della mano pubblica potrebbe essere importante nel settore della stampa allo scopo di mettere le singole testate il più possibile in condizioni di partenza uguali con facilitazioni per il prezzo della carta, la distribuzione, le tariffe postali e telefoniche: non quindi interventi assistenziali, ma tali da porre la stampa in condizioni di operare.

Quando si parla di pubblicità che dovrebbe essere tipicamente affidata al mercato, domando se non si possa allargare la sfera della pubblicità politicamente diretta allo scopo di soddisfare quelle esigenze di bilancio e rinnovamento dei giornali cui si riferiva. Credo che la concorrenza fra radio-televisione e stampa ai fini della gestione della quota parte di pubblicità sia inevitabilmente decisa a favore della televisione. Ebbene, vi sono paesi in Europa che hanno deliberato di assegnare una quota parte dei proventi della pubblicità televisiva alla stampa secondo certi parametri: non pensa che provvedimento analogo possa aggiungersi a provvedimenti come la distribuzione della pubblicità degli enti pubblici allargando il ruolo di equilibrio attraverso una diversa ripartizione della pubblicità perché questa possa avere una funzione positiva?

Inoltre desidero un chiarimento sulle concentrazioni di proprietà delle testate. Mi pare che lei abbia delineato una situazione ideale per cui la concentrazione può essere un fatto positivo sotto il profilo dei costi, ma in realtà, soprattutto nel nostro paese, si è visto che la concentrazione non incide per quanto riguarda gli aspetti cui si riferisce, ma incide invece sulla libertà

d'informazione quotidiana. Questo è uno dei principali problemi da cui uscire.

Lei faceva una giusta osservazione: non è possibile fare una riforma delle società per azioni attraverso una legge che controlli le concentrazioni delle testate — sarebbe un metodo tipicamente italiano di affrontare il problema —. Pensa che un sistema di garanzie legislative che non impedisca la concentrazione, ma ponga l'obbligo di pubblicizzare molto tempo prima la costituenda concentrazione, possa costituire a livello di opinione pubblica l'elemento di un dibattito, di una presa di posizione (casi ne abbiano avuti anche recenti) tale da costituire un nuovo limite di garanzia per limitare il fenomeno, basandosi sul desiderio del lettore di non vedersi turlupinato nella fonte d'informazione?

Una terza osservazione: la distinzione fra aumento dei punti di vendita e liberalizzazione degli stessi. Legando il problema all'urbanistica commerciale, sconosciuto nel nostro sistema di pianificazione, non pensa — e concordo che quanto più si aumentano i punti di vendita tanto più si facilitano le grandi aziende — che la mano pubblica potrebbe consentire, secondo parametri fissi, agevolazioni a chi è più danneggiato dall'aumento dei punti di vendita?

Per quanto riguarda la pubblicità so che un quotidiano francese sta studiando un procedimento rivoluzionario che mira a trasformare il futuro del giornale: non più vendere notizie, ma pubblicità, cioè distribuzione gratuita del giornale ai lettori scelti dal giornale, così da aumentare il proprio *plafond* pubblicitario riuscendo a vendere a chi intende mettere un'inserzione. Avremmo il giornale che sceglie il lettore, non viceversa. Credo che sarebbe la morte del tradizionale modo libero di informare che deve essere invece garantito. Nel nostro paese certa stampa periodica raggiunge vette di specializzazione tali che non si capisce se scopo del giornale sia la vendita di pubblicità specializzata o di notizie. Non si pone l'esigenza di una regolamentazione che in qualche modo sottragga la pubblicità alle libere forze del mercato e che utilizzi socialmente il messaggio pubblicitario fornito.

In riferimento alle proposte per una nuova legge sulla stampa, circa la responsabilità civile e penale del direttore, aggiungendo la responsabilità politica del giornalista per la notizie fornite, le pare possibile prevedere il diritto di smentita da



parte del giornalista? Questo ai fini di una corresponsabilizzazione generale che potrebbe assolvere il direttore da una serie di obblighi, retaggio di una vecchia legislazione poliziesca, e d'altra parte porre le basi di un rapporto fra corpo redazionale e direttore.

MERANI, *Direttore del quotidiano «Il Lavoro Nuovo»*. Per quanto riguarda l'ipotesi di devolvere una parte degli introiti derivanti dalla pubblicità televisiva alla stampa, mi sembra un'ipotesi interessante, che potrebbe avere una sua utilità, soprattutto se messa in rapporto con l'imposta progressiva sullo spazio impiegato a fini di pubblicità a carico delle testate che ne sono sovraccariche.

Per rimanere sullo stesso tema, passo alla penultima domanda. Sono perplesso su questa linea di sviluppo del giornale, che darebbe prevalenza alla pubblicità rispetto alla notizia. Questo infatti non è un tentativo nuovo. A Milano negli anni '60 uscì un quotidiano che conteneva soltanto pubblicità e che era distribuito gratuitamente; però dovette chiudere, perché il messaggio pubblicitario distribuito gratuitamente perde gran parte del suo effetto. Vi sono giornali che sono distribuiti gratuitamente, attraverso l'adesione a certe società, la cui pubblicità vale molto meno di quanto non valga la pubblicità su altri giornali, perché il lettore che si trova in mano qualche cosa che non ha scelto e che è gratuito lo accetta con dubbio. In sostanza questa pubblicità si traduce in una specie di *dépliant* completamente estraneo alla scelta di chi lo riceve e quindi scarsamente efficace.

Oggi la pubblicità, invece di essere un mezzo di informazione, è un tentativo di subornazione del lettore attraverso suggestioni diverse. La pubblicità ha invece un'origine molto pulita e legittima, quella di informare sui prezzi e sulle qualità dei prodotti in commercio; ormai questa origine è completamente dimenticata, perché la pubblicità tende ad imporre un'immagine e quindi a costringere ad una scelta.

Per quanto riguarda la concentrazione delle testate, non sono convinto della validità di una legge sul trapasso della proprietà; ho molti dubbi sulle possibilità concrete di attuazione, perché un grosso gruppo finanziario che abbia interesse a manovrare una certa testata riesce ad acquisirne

la proprietà pur senza apparire. Quindi la legge finirebbe per essere abbandonata a causa della pratica impossibilità di applicazione, perché qualsiasi grosso finanziere o qualsiasi gruppo riesce a trovare la cosiddetta «testa di legno» che formalmente acquista la proprietà.

Naturalmente si può tentare, ma questa strada non può essere separata da una riforma delle società per azioni.

L'aumento dei punti di vendita, per corrispondere all'esigenza di urgenza commerciale, con intervento della mano pubblica per agevolare le testate che sarebbero danneggiate dalla necessità di estendere la tiratura, potrebbe essere un provvedimento da prendere; potrebbe però nascondersi un elemento di pericolosità, nel senso che alcuni giornali vedrebbero in qualche modo finanziata la loro tiratura, che ai fini della libertà di stampa deve rimanere un elemento riconducibile unicamente alla capacità intrinseca dell'azienda e non deve essere finanziato in modo artificioso.

Si potrebbe studiare il modo di organizzare adeguatamente la consegna a domicilio dei giornali, che resta un problema importante per la scomposizione urbanistica commerciale e per il cattivo funzionamento del servizio postale; l'abbonato ad un giornale è una vittima, perché non sa quando lo riceverà. Un intervento a questo fine potrebbe essere vantaggioso per la diffusione dei giornali, soprattutto di quelli locali, che sono i più appetiti per le pronte notizie della cronaca immediata.

Quanto all'istituto della smentita, posso portare il contributo del nostro lavoro redazionale. Personalmente non smentisco mai un redattore; se rilevo la necessità di modificare una notizia, ne discuto con il redattore. Non credo che la smentita libererebbe il direttore dalla sua responsabilità oggettiva. Sarebbe interessante istituire il diritto di smentita da parte dell'opinione pubblica, ma quando il giornalista non firma, praticamente non pubblica, perché la responsabilità è del direttore. Se la firma viene coartata in maniera tale da rovesciare il contenuto dell'informazione data dal giornalista gli organi professionali dovrebbero intervenire. A Genova c'è stato un caso clamoroso di un collega denunciato all'ordine da un giornalista che si era visto sostituire il suo articolo con un altro ma recante la sua firma. Naturalmente il direttore è stato punito.

PRESIDENTE. Ringrazio il dottor Merani per l'apporto che ha dato ai lavori della nostra Commissione.

AUDIZIONE DEL DOTTOR LULLI, DIRETTORE  
DEL QUOTIDIANO « IL TELEGRAFO ».

PRESIDENTE. A nome della Commissione la ringrazio per aver accolto il nostro invito. Da lei vorremmo sapere quali sono i problemi che travagliano il suo giornale e quali sono i rimedi che lei pensa potrebbero essere adatti a risolvere tale situazione.

LULLI, *Direttore del quotidiano « Il Telegrafo »*. Innanzitutto vorrei far rilevare che esiste una enorme differenza di problemi fra un giornale e l'altro anche se genericamente si parla di crisi della stampa.

Il giornale regionale ha bisogno di essere garantito nella sua funzione che non deve essere certamente quella di concorrenza con i grandi quotidiani nazionali, bensì una funzione di cronaca. In caso di concorrenza con testate nazionali il giornale provinciale viene inevitabilmente travolto e si dà luogo alla famosa concentrazione delle testate e quindi alla concentrazione azionaria.

Il quotidiano che dirigo ha oltre cento anni di vita; da quando vi lavoro questo quotidiano ha cambiato sette volte la proprietà a causa delle difficoltà nella gestione (una volta anche per aver tentato di fare concorrenza alla *Nazione*).

A mio avviso i giornali provinciali dovrebbero essere aiutati fino ad un certo numero di pagine; mettersi a fare pagine e pagine per questi giornali non solo è anti-economico ma porta allo snaturamento della funzione che essi debbono assolvere.

Per quanto riguarda il prezzo politico si tratta di una necessità scontata, anche se il nostro è l'unico paese a regime di libero mercato dove si pratica il prezzo politico. Posso aggiungere che sarebbe auspicabile che un ente sovrintendesse alla verifica dell'obsolescenza delle macchine dei giornali, ci sono infatti giornali che hanno macchine enormi, quando per fare un quotidiano moderno basterebbe un *offset* da 200-300 milioni che ridurrebbe i costi e consentirebbe di fare un prodotto moderno e più gradito dal pubblico. Il giornale regionale vede con terrore l'avvicinarsi del momento in cui queste enormi macchine

del tempo che fu cominciano a non essere efficienti.

Lo scorso hanno la proprietà del mio giornale decise di far stampare il quotidiano a Firenze e farlo distribuire con un camioncino; questo fu un dramma per l'arte tipografica di Livorno che ha fornito maestri in questo settore. Tutto questo è potuto accadere perché avevamo macchine che non erano più in grado di funzionare laddove con un prestito si sarebbe potuta risolvere la situazione.

Sul problema della carta credo che la Commissione sia in grado di valutare completamente la situazione. Desidero solo aggiungere che per quanto riguarda i contratti collettivi di lavoro si dovrebbe tenere conto delle diverse esigenze che hanno per esempio giornali di Torino e giornali di Livorno.

POLI. Dall'epoca in cui lei ha preso la direzione del giornale mi sembra che questo abbia avuto alterne vicende: all'inizio un certo aumento di tiratura e ritengo che sia stato merito suo per come ha portato avanti il giornale e per l'organizzazione che ha dato ad esso, successivamente si è avuto un rientro che mi sembra sia coinciso con l'acquisto della proprietà dell'altro giornale toscano *La Nazione* e del *Telegrafo* da parte di un certo gruppo finanziario italiano.

Poiché lei non ha toccato questo argomento, ritiene che il passaggio di proprietà, e pertanto il tentativo di concentrazione della testata per quanto riguarda *La Nazione*, si sia ripercosso in maniera negativa sul *Telegrafo*?

Ritiene che la funzione del *Telegrafo* sia valida e abbia la possibilità di portare la sua voce in certi ambienti che non dovrebbero essere interessati ad altri giornali anche perché come lei giustamente ha messo in rilievo questo quotidiano da cento anni si pubblica nella zona, per cui ha un proprio pubblico ed una capacità naturale di penetrazione?

Ritiene che sia possibile attraverso provvedimenti legislativi frenare il fenomeno della concentrazione o per lo meno rendere possibile che non si eserciti in modo negativo con la chiusura dei giornali che possono dare noia ad altri?

In considerazione del numero delle copie vendute e che sono intorno alle 40.000-42.000, può dirci se i costi sono arrivati ad un livello sostenibile rispetto ad un

giornale di questo tipo, e cioè con queste copie *Il Telegrafo* avrebbe la possibilità di vivere decentemente adempiendo alla sua funzione?

LULLI, *Direttore del quotidiano « Il Telegrafo »*. L'optimum sarebbe che da parte governativa potesse esistere un istituto o un ente o una commissione che avesse la facoltà di accedere ai bilanci e potesse accertare il verificarsi di determinate condizioni per il passaggio di un giornale da un gruppo ad un altro. Quando questa proprietà prese *Il Telegrafo*, i precedenti editori non ce la facevano più ad andare avanti.

PRESIDENTE. Prima qual era il passivo annuo del giornale?

LULLI, *Direttore del quotidiano « Il Telegrafo »*. 4,8 nel 1967, ma nel 1970 venne pressoché annullato. Uno dei compiti principali fu quello di fare degli accordi con la rappresentanza sindacale, puntai tutto sulla cronaca della zona e con il soccorso di qualche grosso fatto di rilievo il numero delle copie vendute aumentò di qualche migliaio al giorno. La concentrazione che di per sé non è positiva, in quel momento rappresentò per le duecento famiglie del *Telegrafo* un fatto positivo. Pertanto - per essere obiettivi - quella proprietà ci sollevò dei guai e non mi risulta che ve ne fosse un'altra. In un altro momento non si prende un'azienda in quelle condizioni, anche se ha un notevole prestigio e un buon pubblico. Trovandoci nella stessa zona a fare concorrenza, accadde che vi fu una divisione delle zone.

PRESIDENTE. È libero di scegliere le zone in cui ritiene di poter penetrare anche in rapporto all'impostazione del giornale?

LULLI, *Direttore del quotidiano « Il Telegrafo »*. È impossibile, perché quando vi è una proprietà comune ed io ho i mezzi per operare in una determinata zona, non è che posso andare in un'altra.

Come ha affermato l'onorevole Poli, io ho chiarito questa ineluttabilità e si pensa che in futuro questa sia temperata da leggi o da un'attenzione governativa che possano impedire queste cose.

POLI. La funzione del *Telegrafo* corrisponde a quella della zona in cui opera oppure no?

LULLI, *Direttore del quotidiano « Il Telegrafo »*. Senz'altro la supera. Dopo il 1970 si è verificata una lievitazione dei costi terrificanti sia dal punto di vista finanziario che da quello sindacale. Ad un certo momento tutti i giornali sono sfuggiti di mano ai direttori; basti pensare all'intervista rilasciata da Moratti all'*Europeo* per quanto riguarda il *Corriere della sera*. Un giorno vi è il contratto sindacale, un altro il prezzo della carta, per cui ciò sfugge ad un controllo del direttore e tutti i giornali si sono trovati in passivo. Non parliamo, poi, delle novanta lire che sono rimaste bloccate più di quanto si prevedeva, per cui le dieci lire di aumento non servono più a niente, È quindi una situazione, come avete sentito da tutti gli altri direttori di giornale, che occorre assolutamente cambiare, perché il numero delle testate scomparse assomma a decine e decine negli ultimi anni.

TRIVA. Vorrei innanzitutto chiedere la sua opinione sul problema del prezzo del giornale.

Inoltre, lei si è trovato al centro quasi emblematicamente di una delle operazioni di concentrazione dei pacchetti azionari da parte di uno di quei gruppi azionari che vengono quanto meno classificati come dominatori della grande politica internazionale o nazionale del petrolio. La cosa è nota a tutti. Le vorrei chiedere, nella sua esperienza di giornalista prima che di direttore, come riesce a spiegarsi che, contrariamente a qualsiasi logica di mercato esistente nel nostro paese che vuole tanto più costose e aventi tanto più valore le aziende quanto più sono affermate sul mercato, tutte le volte che *Il Telegrafo* si trova in difficoltà trova sempre un altro compratore e nei confronti di una azienda che non solo non rende ma è passiva, c'è sempre qualcuno disponibile a destinare capitali? Non ritiene che in questo vi sia un forte inquinamento di quello che è la natura e il carattere della stampa di informazione, tanto da far ritenere che il bilancio della proprietà o dell'azienda si ponga in parte dalle risultanze contabili registrate nell'azienda giornalistica come tale, in altra parte derivi da altri canali e attraverso altre acquisizioni che riesce a realizzare il proprietario?

Le vorrei inoltre chiedere, nei confronti del *Telegrafo*, dopo l'acquisto, la proprietà

ha consentito la pluralità delle voci o ha teso ad una uniformità?

Ultima domanda. Nella stampa di informazione lei ha ricordato che vi sono state molte testate che sono saltate. La storia della stampa di informazione si divide in due grandi periodi: il periodo della soppressione delle testate e il periodo della concentrazione dei pacchetti. La stampa di informazione quotidiana si divide in realtà in due grandi categorie, i quotidiani indipendenti e i quotidiani di bandiera (non di partito). Il quotidiano indipendente è organizzato come società azionaria e con capitale privato (chi vi sia in realtà dietro spesso è difficile da accertare). Il quotidiano di bandiera dice al lettore chi è il protagonista dell'informazione e della notizia. Hanno quindi finalità diverse e una base proprietaria completamente diversa. Lei ritiene che una disciplina legislativa debba tendere ad incentivare di più o sostenere di più la presenza della cosiddetta stampa indipendente che in realtà non lo è e persegue determinate finalità coperte, o debba essere estremamente larga nel sostenere ed appoggiare la diffusione di un maggior numero di voci che io chiamo di giornali di bandiera e che rappresentano delle grandi realtà socio-economiche?

LULLI, *Direttore del quotidiano « Il Telegrafo »*. La misura urgente sarebbe un congelamento a tempo della situazione attuale e formare una serie di sotto commissioni che regione per regione vedessero come si sono svolte le cose.

Per quanto riguarda le voci di bandiera, le dico che sono una cosa completamente diversa dalla stampa che appunto lei definiva cosiddetta indipendente. « Cosiddetta », perché effettivamente in Italia ha avuto un significato particolarmente specifico negli ultimi anni proprio per il motivo economico. Se si riesce ad equilibrare le componenti di un giornale e a togliere dall'incubo del passivo tutti i direttori, riprendiamo il problema. Tra i direttori vi sono quelli più battaglieri e quelli meno, quelli che sembra che battagliano e quelli che battagliano davvero.

Per la verità (e torno subito alla prima domanda) ritengo che il giornale del suo partito attacchi molto spesso la catena a cui appartiene il mio quotidiano: però, di solito, *Il Telegrafo* non subisce attacchi frequenti a causa della sua modestia. Come i parlamentari della zona sanno, noi fac-

ciamo un prodotto più locale che nazionale. E in ciò consiste la nostra fortuna: infatti, la crisi attuale avrebbe senza dubbio causato un calo della nostra tiratura che invece è intatta se il nostro giornale si fosse occupato di politica a livello nazionale. Non si è verificata a mio giudizio - ed a giudizio di quasi tutto il gruppo editoriale - l'ipotesi cui lei alludeva, onorevole Triva; però, forse, le cose assumerebbero un aspetto diverso se al mio posto si trovasse direttore con una diversa mentalità, con un diverso temperamento, non aziendalista ma esclusivamente politico. Io dico che quando un direttore goda della fiducia della redazione, non è semplice come sembra dire ad un giornalista: poiché lavori in questa azienda, devi dare questa versione. Io non mi sono mai trovato in una situazione del genere, probabilmente a causa della modestia del mio giornale. Però, dopo il cambiamento di proprietà, nessuno ha ricevuto intimidazioni o pressioni di alcun genere, come possono facilmente controllare i parlamentari del nostro collegio. Debbo poi ricordare, in rapporto ad un'altra domanda che mi è stata fatta, che io mi sono trovato in una situazione anomala. Mi è stato infatti detto: questo è il giornale, lei deve spendere questa cifra, se spenderà di più sarà ritenuto responsabile. Di fronte a questa necessità ho dovuto sopprimere anche l'archivio, perché il suo mantenimento costava troppo.

Sul problema del prezzo differenziato debbo dire che molti lettori affermano di gradire il giornale di otto pagine e di non avere l'esigenza di un giornale più ampio. Non so se queste lettere possano costituire un *test* valido, però io penso che il ritmo della vita moderna impedisca di leggere un giornale di molte pagine. Io credo che chi voglia seguire in particolare la politica internazionale possa acquistare un grande giornale. Questa domanda, comunque, mi coglie impreparato, anche se debbo dire che, pur con una certa cautela, il prezzo differenziato non mi troverebbe affatto contrario.

NICCOLAI GIUSEPPE. Vorrei la conferma di una diagnosi. Il direttore ha detto che la crisi è determinata soprattutto dal prezzo politico, dal rinnovamento tecnologico, dal costo della carta. Però per *Il Telegrafo* si verificherebbe un'altra condizione: questo foglio, cioè, non è in grado di fare la cronaca, in quanto in questo campo pre-

vale un altro giornale facente parte dello stesso pacchetto azionario. È vero questo?

LULLI, *Direttore del quotidiano « Il Telegrafo »*. Si tratta di una situazione atipica. Io credo che questa potrebbe formare oggetto di indagine da parte di un'altra Commissione, se c'è, come è giusto che ci sia, una presa di coscienza da parte del Parlamento, che può essere decisiva non soltanto per le sorti della stampa italiana, ma anche della vera democrazia. Tutti i parlamentari del nostro collegio sanno che dodici mesi fa mi fu annunciato che il giornale avrebbe dovuto essere stampato a Firenze, perché la tipografia di cui allora ci servivamo costava troppo: in ogni caso, il giornale avrebbe dovuto occuparsi solo della cronaca di Pisa, Livorno e Viareggio. Non una sola formazione politica espresse il proprio dissenso: ripeto, riterrei perfettamente giustificata una indagine su questa situazione.

BAGHINO. C'è sempre stata una pagina relativa a La Spezia, ne *Il Telegrafo*: verrà mantenuta o sarà abolita?

LULLI, *Direttore del quotidiano « Il Telegrafo »*. Per il momento la stiamo facendo, ma sta per essere eliminata.

POLI. Noi sappiamo che *Il Telegrafo* potrebbe vivere, avendo un certo equilibrio tra costi e ricavi. Tuttavia si parla, dottore, di un suo trasferimento ad altro giornale: forse esso è collegato al fatto che non si riesce diversamente a comprimere *Il Telegrafo*, e bisogna quindi che lei vada via da Livorno per farlo morire?

LULLI, *Direttore del quotidiano « Il Telegrafo »*. No di certo; è che un direttore non è inamovibile. Comunque, personalmente non mi è stato detto niente: passando dalla sala stampa mi è stato chiesto se era vero che me ne andavo, e qualcuno mi ha detto che mi avrebbero comunicato il trasferimento la settimana prossima: nella prossima settimana potrò dunque dire che cosa è avvenuto.

NICCOLAI GIUSEPPE. Anche questo evidenzia una situazione atipica esistente presso *Il Telegrafo*!

LULLI, *Direttore del quotidiano « Il Telegrafo »*. È tutto molto atipico al *Telegrafo*, come ho detto.

TRIVA. In realtà quegli interventi cui accennavo prima ci sono: magari indiretti, ma esistono.

PRESIDENTE. Certamente, è un modo di influire quello di far pesare sul capo del direttore una minaccia di licenziamento.

Noi la ringraziamo, dottor Lulli, del contributo che ha voluto portare alla nostra indagine conoscitiva.

AUDIZIONE DEL DOTTOR DARIO BENI, DIRETTORE DEL QUOTIDIANO « IL CORRIERE ADRIATICO ».

PRESIDENTE. Abbiamo ora con noi il dottor Dario Beni, direttore de *Il Corriere adriatico* di Ancona. Noi desideriamo, dottor Beni, che lei ci parli dei problemi che travagliano il suo giornale, e ci esponga i risultati delle sue esperienze, nonché i suggerimenti che ritiene di avanzare per risolvere le questioni esistenti nel settore dell'editoria giornalistica.

BENI, *Direttore del quotidiano « Il Corriere adriatico »*. Il mio giornale ha una tiratura di 15 mila copie, con delle punte superiori nella giornata di lunedì, dovute alla maggiore incidenza delle notizie sportive che fanno acquistare di più il giornale. Il mio è un giornale delle Marche, cioè di una delle regioni più povere d'Italia. Noi viviamo nella famosa terza Italia, dove un'industrializzazione indiscriminata, compiuta dalla Cassa per il Mezzogiorno nel comprensorio del Tronto, ha operato guasti, danneggiando fra l'altro l'agricoltura, cui ha sottratto uomini.

Data la povertà delle Marche, la nostra impresa giornalistica incontra notevoli difficoltà, specialmente se si tiene conto che nella regione giungono da Bologna e da Verona grossi quotidiani, quali *il Resto del Carlino*, *Il Tempo*, *Il Messaggero*. *Il Tempo*, ad esempio, ha una diffusione abbastanza elevata nell'ascolano, *Il Messaggero* è diffuso nell'ascolano e nel maceratese. Abbiamo allora cercato di caratterizzare il notiziario, grande spazio all'attività della regione e degli altri enti locali, ai fatti regionali, cercando di affiancare ad essi anche gli avvenimenti nazionali, cosa che abbiamo dovuto fare perché in Italia non si comprano due giornali, uno con notizie nazionali e un altro con notizie regionali. Per quanto concerne la cronaca, noi ci soffermiamo di più su quella regionale, parlando degli avvenimenti cittadini e provinciali,

dei fatti sportivi, della cultura: di quel minimo di cultura che esiste, perché, ad esempio, ad Ancona non c'è un teatro, dopo che quello delle Muse è stato distrutto dalle bombe, e si può dire che non esiste una vera e propria vita culturale.

Non esistono nemmeno soddisfacenti collegamenti ferroviari: da Ancona e Macerata non esiste ferrovia, la Roma-Ancona e a binario unico, per andare da Ancona ad Ascoli bisogna cambiare treno. Si incontrano pertanto tremende difficoltà nella distribuzione del giornale, ed il costo di tale distribuzione è elevato dal momento che essa non può avvenire a mezzo di treno o di autobus, ma deve avvenire con mezzi privati. Queste difficoltà quindi si avvertono in maniera più pesante la domenica, a causa della riduzione dei trasporti dovuta alla recente crisi energetica. Vi sono dei paesi che la domenica non possiamo raggiungere, per mancanza di mezzi, né si possono portare dieci copie in un paese con una macchina. Tutta questa situazione danneggia ovviamente la diffusione del mio giornale, per il quale quindi il problema fondamentale è quello della distribuzione.

Un giornale piccolo come il mio si trova infatti in difficoltà, sotto questo aspetto, di fronte a concorrenti molto più grossi e titolati. Abbiamo questa difficoltà, ossia di raggiungere dei punti di vendita che sono sperduti nelle montagne e dove il problema della diffusione è molto grave. Un ente di stato che coordinasse la distribuzione dei quotidiani, metterebbe tutti i giornali in condizione di arrivare insieme. Soltanto così potremmo difendere la distribuzione.

Per quanto concerne la situazione dei punti di vendita, voglio portare un solo esempio: ad Ancona esistono 50 edicole, una ogni 2 mila abitanti. Il giornale, quindi, bisogna andarselo a cercare. Uno degli elementi che influisce in Italia sulla divulgazione della stampa è dato proprio dalla limitata esistenza di punti di vendita; le distanze tra le varie edicole sono molto grandi.

Ho notato, inoltre, che il giornale lo comprano solo gli uomini: le donne comprano i settimanali. Ma io ritengo che se noi estendessimo la rete dei punti di vendita, permettendo, per esempio, la vendita dei quotidiani anche nei *supermarket*, la diffusione sarebbe certamente incrementata.

Il giornale è sempre sottoposto al ricatto della distribuzione prima e dell'edicola poi; se si va contro di loro il giornale

non si vende. La prima cosa da fare, purtroppo, è quella di accattivarsene la simpatia.

BAGHINO. Sapendo che il nostro ospite ha lasciato la grande città per andare a fondare un giornale ad Ancona, passando quindi attraverso tutte le traversie che ciò comporta, ritengo che egli possa dirci qualcosa di preciso, derivante dalla sua esperienza personale, circa i costi, le vendite e la pubblicità. Inoltre, vorrei conoscere qual è l'impegno contrattuale e con quale società è stato assunto, ed il suo parere sul prezzo politico, sul prezzo libero o sul prezzo differenziato.

BENI, *Direttore del quotidiano « Il Corriere adriatico »*. Per quanto concerne la pubblicità debbo dire che il suo costo non compensa mai le spese: questo è un fattore comune a tutti i giornali. La società concessionaria è la SPI.

Per quanto riguarda il prezzo, non sono favorevole ad un prezzo differenziato in quanto questo verrebbe a creare due categorie di giornali; dannoso, inoltre, sarebbe per un giornale come il nostro la liberalizzazione del prezzo di vendita. Noi, per esempio, usciamo con un numero a 12 pagine; arriva un concorrente più forte che esce con un numero a 24 pagine, e le cose vanno a finire come tutti sappiamo.

Sono quindi favorevole alla permanenza del prezzo politico perché esso costituisce l'unica garanzia che hanno i piccoli giornali di sopravvivere alla concorrenza.

Per quanto concerne la SPI esiste un impegno contrattuale di cui non conosco il preciso ammontare; si tratta comunque di un prezzo molto basso.

BAGHINO. Vi è molta pubblicità locale?

BENI, *Direttore del quotidiano « Il Corriere adriatico »*. Solo in determinati periodi dell'anno; non siamo certo a Roma dove vi è una massiccia pubblicità di negozi e di cinema. Ad Ancona vi sono soltanto sei cinema.

POLI. Quante copie?

BENI, *Direttore del quotidiano « Il Corriere adriatico »*. 15.000 copie tutti i giorni; qualcosa di più il lunedì. Le difficoltà sono nella distribuzione essendo la nostra una

regione priva di possibilità di comunicazioni.

TRIVA. Ella è contrario al prezzo differenziato; d'altra parte ha riconosciuto la necessità, per la stampa quotidiano di informazione, di una serie di provvidenze di carattere governativo altrimenti il prezzo salirebbe acuendo lo squilibrio esistente fra le varie testate. Ma questi interventi già in parte esistono mediante tutta una serie agevolazioni.

BENI, *Direttore del quotidiano « Il Corriere adriatico »*. Fino a questo momento le abbiamo viste soltanto sulla carta.

TRIVA. Ma questi interventi si giustificerebbero se alla stampa si attribuisse un valore sociale. Mi domando: non ritiene, a parte il problema della distribuzione che esiste, che un ente di stato potrebbe essere un disastro? Inoltre, sul problema della distribuzione, la chiusura anticipata potrebbe incidere? Ed ancora: una maggiore distribuzione della pubblicità fra le varie testate non potrebbe rendere queste meno appetibili a gruppi finanziari che nulla hanno a che vedere con il settore? Il punto è quello che è e non si rende appetibile solo con l'obbligo della pubblicità del bilancio, ma riducendo il valore di mercato del giornale, cioè la funzione che ha ai fini della concentrazione.

Le provvidenze pubbliche dovrebbero agire nel senso di prevedere un minimo ed un massimo di pagine per i quotidiani e, nell'ambito del minimo e massimo, che la pubblicità non possa superare un certo spazio.

Vorrei sapere qual è la proprietà del suo giornale ed il rapporto fra proprietà e direzione.

BENI, *Direttore del quotidiano « Il Corriere adriatico »*. Sarei favorevole alla chiusura anticipata perché l'orario protratto incide sui costi, ma giornalisti e tipografi perderebbero una parte del loro guadagno sul quale contano. Per le stesse ragioni è stato impossibile eliminare il settimo numero.

TRIVA. Quale l'incidenza ai fini della diffusione?

BENI, *Direttore del quotidiano « Il Corriere adriatico »*. Non vi sarebbe incidenza

ai fini della diffusione perché alle 2 andiamo in macchina e alle 7 il giornale è in edicola.

BAGHINO. Forse la chiusura prima della mezzanotte potrebbe aumentare nella diffusione delle notizie la concorrenza di quotidiani come *Il Messaggero*, *Il Tempo*, *il Resto del Carlino*, perché i giornali arriverebbero in edicola senza differenza per quanto riguarda le notizie locali.

BENI, *Direttore del quotidiano « Il Corriere adriatico »*. Noi abbiamo 4 ore di vantaggio su questi giornali e inoltre la nostra regione è tranquillissima, non vi è cronaca nera: l'ultima rapina che risale a due anni fa si è conclusa rapidamente perché non vi sono strade per fuggire, solo l'Adriatica.

Per quanto riguarda il numero delle pagine e la pubblicità devo dire che la pubblicità non mi soffoca, ma obiettivamente devo riconoscere che quanto si propone potrebbe costituire un aiuto per i piccoli giornali che non sarebbero schiacciati dal numero di pagine in più degli altri giornali.

Circa i rapporti con gli editori dirò che i miei editori sono marchigiani risidenti a Roma e fra noi intercorre un rapporto affettuoso. Dirigo il giornale in completa e assoluta libertà.

TRIVA. Il bilancio del giornale è attivo o passivo?

BENI, *Direttore del quotidiano « Il Corriere adriatico »*. Il nostro bilancio è come quello di tutti gli altri giornali: non mi risulta che attualmente vi siano quotidiani in attivo. Non credo che convenga aumentare il numero delle pagine perché le vendite non compenserebbero l'aumento dei costi per i giornalisti e per la carta. Comunque il nostro passivo è ancora in limiti accettabili e l'economia aziendale consente un certo equilibrio.

TRIVA. Vi è quindi un atteggiamento da mecenati da parte della famiglia degli editori marchigiani proprietaria del giornale.

BENI, *Direttore del quotidiano « Il Corriere adriatico »*. Credo di sì perché dirigo in piena libertà e in piena collaborazione anche con i redattori che sono 11. Vi sono solo due stanze e ci vediamo sempre, quindi vi è un clima di collaborazione quasi

familiare, anche con i tipografi che lavorano allo stesso piano della redazione.

Per quanto riguarda il passivo faccio notare che le spese sono molte ed aumentano: l'ANSA ci ha scritto chiedendo un aumento del canone dal mese di gennaio, pretendendo quindi gli arretrati senza essersi affatto consultata con noi.

**PRESIDENTE.** La ringrazio per l'interessante contributo di pensiero e di esperienza che ha voluto apportare a questa indagine.

**AUDIZIONE DEL DOTTOR GIOVANNI ACQUAVIVA, DIRETTORE DEL QUOTIDIANO « IL CORRIERE DEL GIORNO » DI TARANTO.**

**PRESIDENTE.** La ringraziamo, dottor Acquaviva, per avere accettato il nostro invito. Vorremmo che ella ci desse il contributo della sua esperienza e ci parlasse dei problemi del suo giornale e della loro possibile soluzione.

**ACQUAVIVA, Direttore del quotidiano « Il Corriere del Giorno ».** Rappresento l'unico giornale di provincia dell'Italia centro-meridionale. Il nostro è un giornale del dopoguerra, nato nel 1947; è un giornale di parte, di proprietà della SEGEP, cioè in sostanza della democrazia cristiana. Abbiamo una diffusione interprovinciale; facciamo sei numeri la settimana, perché il lunedì il giornale non esce per motivi di eccessiva spesa. La tiratura è dell'ordine di 20 mila copie al giorno, anche la domenica. Le province di maggior diffusione sono Taranto, Brindisi, Lecce e Matera. A Bari abbiamo solo qualche « infiltrazione », perché vi è un grosso problema di distribuzione, che in questa città è bloccata dalla mafia; a Bari vi è un unico distributore, che ci impedisce di entrare anche fisicamente. Qualche volta siamo stati tentati di sporgere denuncia.

Un equilibrio aziendale più o meno sussiste; non abbiamo grossi deficit, ma abbiamo una certa limitatezza di personale e di mezzi. Siamo cioè costretti ad una gestione di economia. Abbiamo nove giornalisti professionisti e due praticanti; abbiamo un pubblicista e una cinquantina di dipendenti in tipografia.

I rapporti tra me e il corpo redazionale sono ottimi, e non vi sono mai stati contrasti per l'attribuzione di competenze.

A mio avviso sarebbe utile una diminuzione di costi, attraverso agevolazioni relative alle tariffe telefoniche e postali.

La diffusione del nostro giornale avviene tramite i distributori; la percentuale degli abbonamenti è del 40 per cento. La consegna avviene tramite il servizio postale; in città ed in provincia è tempestiva, mentre fuori è un po' aleatoria.

Sarebbe necessaria una più razionale distribuzione della pubblicità delle aziende di Stato. Il costo della carta è veramente esorbitante; inoltre vi è stata una diminuzione nell'assegnazione; quella che riusciamo ad avere non basta, e siamo ormai senza scorte, tanto che siamo stati costretti a ridurre il numero delle pagine.

Non sono per la liberalizzazione del prezzo dei giornali; penso che un quotidiano debba costare al massimo 120 lire.

**TRIVA.** Tenuto conto delle funzioni che la legislazione dovrebbe affidare alla stampa di informazione, non ritiene che dovrebbe essere predisposta una normativa che stabilisca le caratteristiche che deve avere il giornale di informazione (vendita a prezzo controllato, numero di pagine delimitato, costo della pubblicità non superiore ad una certa quota rispetto alle spese di tipografia)?

**ACQUAVIVA, Direttore del quotidiano « Il Corriere del Giorno ».** Penso che la proposta sia ottima in linea di principio, ma non so quanto sia realizzabile. Certamente, dipende dalla volontà politica.

**BAGHINO.** Vi è un impegno annuo per quanto riguarda la pubblicità della SPIGE?

**ACQUAVIVA, Direttore del quotidiano « Il Corriere del Giorno ».** Non siamo riusciti ad averlo.

La tipografia è in affitto, quindi anche questo è un costo mensile fisso, di tre milioni al mese.

**BAGHINO.** In precedenza vi era una coincidenza tra testata e proprietà?

**ACQUAVIVA, Direttore del quotidiano « Il Corriere del Giorno ».** Vi era tanti anni fa.

**BAGHINO.** Si tratta di una tipografia che svolge altre attività?



ACQUAVIVA, *Direttore del quotidiano « Il Corriere del Giorno »*. Era sorta per svolgere anche altre attività.

BAGHINO. È uno stabilimento moderno ?

ACQUAVIVA, *Direttore del quotidiano « Il Corriere del Giorno »*. È stata inaugurata nel 1965.

PRESIDENTE. Ringrazio il dottor Acquaviva per il contributo che ha portato ai lavori della nostra Commissione e gli auguro che il quotidiano da lui diretto raggiunga una sempre maggiore diffusione.

La seduta, sospesa alle 14,05, è ripresa alle 16,50.

AUDIZIONE DEL DOTTOR NINO NUTRIZIO,  
DIRETTORE DEL QUOTIDIANO « LA NOTTE ».

PRESIDENTE. Dottor Nutrizio, ci vuole dire il suo pensiero intorno ai problemi che interessano l'editoria giornalistica e quali soluzioni suggerisce alla Commissione in modo che questa, valendosi della sua preziosa esperienza possa indicare al Governo qualche soluzione in ordine ai problemi che travagliano la stampa quotidiana ?

NUTRIZIO, *Direttore del quotidiano « La Notte »*. Ho l'impressione che le mie idee ed i miei suggerimenti non potranno essere accolti, perché io sono favorevole alla libertà di idee, di prezzo e di vendita. La prima c'è soltanto in parte, la seconda non esiste e la terza è limitata.

PRESIDENTE. È un motivo maggiore perché ella ci dica il suo punto di vista per pervenire all'*optimum* da lei desiderato.

NUTRIZIO, *Direttore del quotidiano « La Notte »*. Con tanti giornalisti che vi sono in Italia si può dire che non ve ne sia uno che abbia l'iniziativa di fare un quotidiano senza bisogno di intermediari e di quella figura discutibile e controversa che è l'editore. Vi sono, invece, decine di giornalisti che fanno settimanali, fumetti e pubblicazioni pornografiche perché guadagnano molti soldi, mentre con il quotidiano, che è stato definito la scuola degli adulti, si perdono i soldi. Siccome il giornalista non è ricco e pertanto non può perdere i soldi o

fa quelle pubblicazioni oppure, se vuole restare nel quotidiano, anziché imprenditore di se stesso deve diventare un giornalista dipendente. Questa dipendenza per gli statalisti può essere rappresentata da un ente statale o da un partito o da una banca, mentre io che sono un uomo di idee liberali ritengo che l'ideale sia costituito da un libero imprenditore. Pertanto non trovo nulla da ridire che l'editore sia il mio padrone, come amo definirlo, perché se non voglio padroni, non posso fare il giornalista di quotidiano.

Negli ultimi tempi i giornali sono pieni di « dirottatori », perché, prescindendo dall'accordo fra editore e direttore, vi è il corpo redazionale che ritiene giustamente o no (non entro nel merito della questione) di dover dare l'indirizzo al quotidiano. Allora vi sono tre indirizzi: dell'editore, del direttore e del corpo redazionale e forse troveremo un quarto indirizzo che è quello della « velina ». Con tutte le mie forze mi oppongo a ciò, ma non so se ci riuscirò; fra l'altro il problema mi interessa limitatamente perché ormai sono anziano ho lavorato per quarantatré anni come giornalista professionista e sono il più anziano direttore di quotidiano perché lo faccio da ventidue anni, però penso ai giovani colleghi che dovranno risolvere questo problema.

Altro di me non le saprei narrare.

Per quanto riguarda il prezzo, noi dobbiamo batterci per avere un aumento della nostra retribuzione, le cartiere senza fare battaglie aumentano la carta e noi dobbiamo pagare. I costi dei trasporti sono aumentati e i ritardi che molto spesso avvengono negli aerei, incidono maggiormente sul costo. Solo il prezzo del quotidiano non può aumentare per via di questa storia del paniere della contingenza. Io trovo assurdo ritenere come determinante per la contingenza il quotidiano e non considerare ad esempio la benzina che rappresenta uno dei consumi più popolari.

Per quanto riguarda il prezzo del giornale sono dell'avviso che debba essere libero. È interesse del giornale tenere il prezzo più basso possibile, perché se lo alza esageratamente ovviamente non vende più. Io mi picco di dire che il mio giornale come vendita, è il 5° o 6° d'Italia, con 145-150 mila copie di vendita effettiva, di cui 80 mila nella sola città di Milano. La diffusione maggiore è in Lombardia e nel Veneto, con una buona diffu-

sione in Piemonte e nella parte dell'Emilia più vicina a noi, subito dopo Piacenza e un'ottima diffusione in Riviera.

Il primo numero della *Notte*, che io ho fondato, è uscito il 6 dicembre 1952. Il primi tempi sono stati duri e il giornale aveva una scarsa diffusione, ma lentamente, non con lusinghe o minacce, siamo arrivati alla vendita attuale, che è seconda a Milano dopo il *Corriere della sera*.

**PRESIDENTE.** Per quanto riguarda l'equilibrio aziendale?

**NUTRIZIO, Direttore del quotidiano « La Notte ».** Per quanto riguarda l'equilibrio aziendale, posso dire che il nostro giornale ricava 75 lire dall'edicolante e 25 lire dalla pubblicità: però, effettivamente, a noi costa 132 lire. Comunque, mi preme far rilevare che la nostra azienda è costituita da 68 giornalisti, tutti in regola con i contributi ed è citata come esempio, a Milano ed in Italia, di scrupolosa osservanza delle disposizioni legislative, regolamentari, contrattuali. Io credo anche che l'attuale situazione sia insostenibile. Noi oggi siamo usciti con un titolo a nove colonne: « La lira trema »: sarebbe impossibile il contrario, perché oggi non sono in crisi soltanto pochi quotidiani, ma anche gli enti locali e gli istituti di previdenza che accusano notevoli *deficit*, mentre le poche aziende che producono ricchezza e dovrebbero guadagnare vengono segnate a dito perché hanno un margine di profitto. Sinceramente, io non riesco a comprendere il nuovo modello di sviluppo.

**PRESIDENTE.** Tra direttore e comitato di redazione vi è spirito di collaborazione oppure vi sono dei contrasti?

**NUTRIZIO, Direttore del quotidiano « La Notte ».** Per me il comitato di redazione, costituito da tre giornalisti eletti liberamente dal corpo redazionale, è un prezioso organo di collaborazione.

**BAGHINO.** Vorrei sapere quale sia l'entità del minimo contrattuale annuo garantito dalla SPI, con cui il *Telegrafo* ha un contratto pubblicitario.

**NUTRIZIO, Direttore del quotidiano « La Notte ».** Le citerò un fatto storico. Nel 1952 fui incaricato di dar vita ad un nuovo quotidiano; mi recai allora dal direttore ge-

nerale della SPI, pregandolo di aiutarmi tramite la concessione di un minimo annuo di venti milioni, ricevendone però un rifiuto. Oggi, noi facciamo una pubblicità di eccezionale prestigio e in questo settore raggiungiamo un livello di 4 o 5 miliardi.

Vorrei poi aggiungere un'altra considerazione. In questi 22 anni, senza mai chiedere il permesso all'editore, a dimostrazione della mia assoluta libertà, ho sostenuto, durante le varie campagne elettorali, diversi partiti: prima la Democrazia Cristiana, poi il Partito liberale, poi il Partito socialdemocratico. Nell'ultima campagna elettorale ho sostenuto la Destra nazionale perché la mia coscienza mi suggeriva di agire in quel senso. Il nostro editore è stato informato di ciò leggendo gli articoli che apparivano sul giornale, a dimostrazione che si può essere liberi pur avendo un editore privato che per 22 anni non mi ha mai chiesto di sostenere una sua causa.

**BAGHINO.** Il direttore de *La Notte* ha anche sostenuto il concetto del prezzo libero.

Io vorrei sapere da lei, che è un direttore competente, se ritiene possibile l'esistenza di un prezzo differenziato, collegato al numero delle pagine, e se lei immagina tale prezzo anche collegato con una limitazione percentuale di pubblicità nelle pagine, in modo cioè da impedire che si possa fare un giornale di 32 pagine con 18 di pubblicità.

**NUTRIZIO, Direttore del quotidiano « La Notte ».** Io sono per la libertà di prezzo dei giornali, anche se ciò ovviamente creerebbe un po' di confusione. Il lettore, finché almeno esiste la libertà, ha a disposizione 10, 20, 25 testate, ed è libero di scegliere quella che costa di più o di meno. Si potrebbe, con un *escamotage* abbastanza intelligente, formare un quotidiano in sette settimanali, e chiamarli « La Notte del lunedì », « La Notte del martedì », ecc. Si potrebbe elevare il prezzo a 200 lire e fare un quotidiano con questa impostazione. A proposito del prezzo, devo comunque dire che trovavo del tutto errata la proposta di quegli editori che volevano portare il prezzo del giornale a 120 lire: quando infatti il giornale costava 90 lire, se l'edicolante non aveva il resto, l'acquirente era disposto anche a lasciargli le dieci lire: ma portando il prezzo a 120 lire, se l'acquirente non si presentasse con il denaro con-

tato, l'edicolante non avesse il resto, non credo che il primo lascerebbe 80 lire! Il risultato sarebbe la mancata vendita del giornale. Ormai, con la rarefazione della spezzatura metallica, non si possono pensare cose del genere. O quindi si porta il prezzo del giornale a 100 lire (come si è fatto, tacitando provvisoriamente le richieste avanzate, ma senza risolvere assolutamente il problema) o lo si eleva a 150 lire, o lo si lascia libero, ed ognuno sa che se vuole vendere il proprio giornale deve mantenerne il prezzo nei limiti delle sue possibilità economiche.

Per quanto riguarda la pubblicità, a noi giornalisti non piace, in quanto deturpa la pagina, da un punto di vista estetico. Essa è però una necessità assoluta, specialmente per dei giornali come il mio, che hanno tanta pubblicità locale. Ed allora si tratta di una pubblicità condizionata, che sceglie anche le pagine in cui porre gli inserti pubblicitari. È una imposizione che siamo costretti a sopportare, in quanto ci frutta del denaro al quale non ci sentiamo di rinunciare.

**BAGHINO.** Lei, portandoci un esempio, ci ha fatto comprendere che non sopporterebbe l'invadenza dell'editore; ma avrebbe lo stesso atteggiamento quando a compiere quest'azione di invadenza fosse qualche rappresentante del comitato di redazione o qualche giornalista, e come cercherebbe invece una collaborazione?

**NUTRIZIO, Direttore del quotidiano « La Notte ».** Qui entriamo nel campo della valutazione personale della dignità dell'uomo, di quello che uno ritiene di poter sopportare o meno. Comunque, come ho detto prima rispondendo ad una domanda del Presidente, il comitato di redazione è per me un organo di collaborazione, al quale tengo e di cui mi servo moltissimo: ad esso, ad esempio, trasferisco tutte le piccole grane delle quali non mi posso occupare e che invece, a livello di comitato di redazione, vengono egregiamente risolte. Così, io non ho mai grane, liti o questioni, e viviamo in un'atmosfera di assoluta libertà. Ha poi ancora una certa efficacia il sistema di comandare con l'esempio, nonostante il deterioramento dei costumi e degli istituti: così io sono in ufficio ogni mattina alle 6 e tre quarti, e ciò sapendo gli altri redattori cercano di arrivare entro le sette.

**MARCHETTI.** Ho apprezzato molto la suddivisione delle posizioni politiche che il suo giornale ha stabilito tra editore e direttore. Il suo articolo di fondo, come si dice con un francesismo, d'apertura come si dovrebbe dire, lei lo chiama il « direttoriale », cioè l'articolo di impostazione politica è suo...

**NUTRIZIO, Direttore del quotidiano « La Notte ».** Certamente.

**MARCHETTI.** In questo modo lei viene addirittura a superare la concezione dell'editoria inglese, che, secondo me, è più giusta, perché il direttore, normalmente, esprime il pensiero dell'editore.

**NUTRIZIO, Direttore del quotidiano « La Notte ».** Ma io ho sempre tenuto ad esporre il mio pensiero, sin dagli inizi. Nell'inverno del 1952, una certa organizzazione molto vicina alla curia milanese pensò di prendermi come direttore di un giornale del pomeriggio che essa intendeva fare. La sera prima dell'uscita del primo numero, quando il giornale ancora non esisteva, si presentarono da me dei signori - alcuni dei quali sono ancora in vita - dicendomi che io l'indomani avrei dovuto pubblicare una certa cosa. Ma poiché io non la dividevo, benché fossi allora morto di fame e di freddo, risposi che se il giornale doveva essere diretto da me, avrei dovuto scrivere quello che io pensavo, e che se la cosa non andava bene potevano anche togliermi l'incarico. Quei signori dissero che ero matto e che mi avrebbero eliminato alla prima occasione... ed intanto sono 22 anni che sono là.

A proposito dell'editoriale e del direttoriale, come si vuole chiamare, debbo dire che ho avuto sempre una grande remora prima di scrivere il cosiddetto pezzo politico. Per tanti anni ho fatto del giornalismo sportivo, poi ho sentito il bisogno anch'io di manifestare quello che avevo dentro. Per vari mesi ho pubblicato degli editoriali senza firma; poi mi sono deciso a firmarli proprio perché fosse chiaro che chi li scriveva ero io, assumendomi con questo tutta la responsabilità conseguente.

Le uniche raccomandazioni che ho avuto dal mio editore sono state per i semafori di viale Zara che non funzionavano e che non erano sincronizzati. Su questo te-

ma ho parlato di quello che voleva il mio editore, ma sul piano politico non ho mai avuto nulla.

MARCHETTI. Tutto ciò torna ad onore e merito suo e del suo editore; però, in 22 anni di giornalismo (sta per raggiungere le nozze d'argento), ella ha avuto modo di dimostrare la sua abilità professionale e anche la sua coerenza.

NUTRIZIO, *Direttore del quotidiano « La Notte »*. Posso dire che dopo essere tornato dalla prigionia (ero corrispondente di guerra di un grosso giornale ed avrei potuto rimanermene a Roma, mentre invece mi sono imbarcato sull'incrociatore *Pola*, sono stato silurato e fatto prigioniero) nel 1948, dopo aver sentito parlare l'onorevole De Gasperi, ho votato per la democrazia cristiana.

MARCHETTI. Nonostante questa sua coerenza ed abilità professionale (il suo è il settimo quotidiano d'Italia, il secondo di Milano) il suo giornale ha 32 lire di deficit per ogni copia; moltiplicando questo importo per 150 mila, le copie stampate, risulta un deficit di circa 4.800.000 lire al giorno, cioè circa un miliardo e 500 milioni all'anno. Il suo giornale può superare queste difficoltà perché Carlo Pesenti ha avuto dal Ministero dell'industria un aumento per altri prodotti il 29 dicembre scorso: il cemento, tanto per intenderci.

NUTRIZIO, *Direttore del quotidiano « La Notte »*. Non dimentichiamo che il prezzo del cemento era fermo ormai da molti anni, ed incide sulle costruzioni per un 1,3 per cento dell'importo totale. Teniamo presente che se portiamo il cemento ai nostri amici sull'altra sponda del Mediterraneo, questi ce lo pagano in dollari.

MARCHETTI. Altri che volessero tentare la sua stessa iniziativa dovrebbero attendere lunghi anni per sanare deficit iniziali, e come potrebbero superare le difficoltà cui andrebbero incontro? Io sono dei fondatori di alcuni dei tanti giornalletti della DC che si stampavano nella mia regione e altri con diffusione nazionale (*La Base*, per esempio); ne abbiamo un cimitero, perché oltre un piccolo deficit non siamo potuti andare, perché non potevamo raggiungere ulteriori finanziamenti. Ora,

come si può fare per mantenere in Italia la libertà di stampa - a livello di quotidiano, in special modo, se non ricorrendo ad una integrazione da parte dello Stato, incidendo, per esempio, sulla carta o sulla pubblicità?

NUTRIZIO, *Direttore del quotidiano « La Notte »*. Io non mi sono opposto a queste provvidenze.

MARCHETTI. Se il Parlamento finanziasse un'iniziativa che garantisse la copertura dei deficit della carta, oppure sulla pubblicità, metterebbe su di un piano di parità tutti i giornali. Non sono contro la libertà di stampa queste agevolazioni.

NUTRIZIO, *Direttore del quotidiano « La Notte »*. Ma ricadrebbe sulle spalle di tutti i cittadini!

MARCHETTI. Sarebbe una cosa simile al finanziamento dei partiti; anche questi, come i giornali, vengono fatti attualmente da chi ha delle possibilità notevoli. Occorre una base iniziale che garantisca la libertà di stampa; è tutto giustificato in un contesto che non porti alla statalizzazione.

NUTRIZIO, *Direttore del quotidiano « La Notte »*. Forse dipende dal mio temperamento estroverso, ma vorrei risponderle cordialmente che se un imprenditore vuole raggiungere in Italia determinati traguardi pagando la decima parte di quel che perde facendo un giornale ottiene 10 volte di più. Non è certo con un quotidiano come quello che dirigo da 22 anni che si possono ottenere esposizioni di prestigio o fare pressioni. Sarebbe contrario ai miei principi e soprattutto l'arma non è adatta. Se si considera come è configurato il paese pensare di fare un quotidiano può essere un hobby. Io, con l'esperienza che ho, se mi fossi messo a fare un giornale sportivo, avendo a disposizione 68 professionisti, avrei risolto il problema del denaro; invece mandare avanti un quotidiano è pazzesco se si contano le ferie, la settimana corta, le licenze, il fatto che non si può tenere un addetto, ad esempio, presso l'ospedale o il commissariato più di 6 ore e mezzo, per cui si devono pagare due persone. Se mi fosse consentito metterei una radio sull'oncia della polizia ed eliminerei due addetti alla cronaca nera, e così per altri sei

MARCHETTI. Per questo occorre una base di intervento statale.

NUTRIZIO, *Direttore del quotidiano « La Notte »*. Con tutto il rispetto per la vostra fatica credo che sia difficile trovare la chiave per dare una situazione di tranquillità e indipendenza economica.

MARCHETTI. Il problema è mondiale e non solo italiano.

ZAMBERLETTI. Lei ha detto di essere favorevole alla liberalizzazione del prezzo, ma in Lombardia si stampano due grandi quotidiani e tanti altri. Non ritiene che se scegliestimo il sistema di un prezzo scaglionato a seconda del numero delle pagine si eviterebbe il *dumping* del grande quotidiano che arriva sul mercato a condizioni di favore rispetto al piccolo quotidiano locale? Inoltre la differenza di prezzo penalizzerebbe in una certa misura la pubblicità notevole che certi grandi quotidiani riescono ad incettare. Proteggeremmo in definitiva i giornali di provincia che potrebbero essere forniti a fronte di un rapporto cambiato perché costerebbe meno. Questo indipendentemente da tutti gli incentivi che lo Stato può dare.

NUTRIZIO, *Direttore del quotidiano « La Notte »*. La sua posizione mi pare logica e coerente con la situazione attuale. Lei in definitiva ancorerebbe il prezzo al numero delle pagine per cui un piccolo giornale nazionale con poche pagine avrebbe lo stesso prezzo di un giornale provinciale con lo stesso numero di pagine. Comunque proporrei, visto che è innegabile la scarsità di moneta spicciola, prezzi che non comportino frazionamenti di moneta: 100, 150, 200 lire. Tuttavia penso che questo sistema sarebbe ostacolato dai grandi quotidiani ai quali lei imporrebbe un prezzo più elevato.

ZAMBERLETTI. Ogni quotidiano può scegliere il suo numero di pagine e in base a quello sarà calcolato il prezzo e si impedirebbe ai grandi quotidiani di invadere il mercato dei piccoli.

NUTRIZIO, *Direttore de quotidiano « La Notte »*. Sì, ma la pubblicità non è un divertimento, oppure non torna semplicemente di utilità. Le pagine e pagine di

pubblicità che troviamo nei quotidiani statunitensi, per esempio, non so a cosa servono. La pubblicità una azienda non la fa per fare un piacere; tutti hanno presente quegli annunci a piena pagina per la ricerca di personale e quelli che in un paese come il nostro - dove si legge poco, ma dove si fa molta pubblicità - vengono fatti per i più svariati motivi. La pubblicità, inoltre, è anche un incentivo all'industria. Del resto non si scardinano abitudini molto radicate.

ZAMBERLETTI. Si parla di una proposta per la chiusura anticipata dei quotidiani del mattino per la sera. In Lombardia i giornali del pomeriggio sono concentrati in due testate di Milano; non pensa che l'anticipo della chiusura potenzierebbe la stampa del pomeriggio?

NUTRIZIO, *Direttore del quotidiano « La Notte »*. Senza dubbio. Mentre capisco che all'epoca di Giolitti ci fosse un *Corriere della sera* che usciva al mattino non concepisco che oggi un fatto accaduto alle ore 13 possa essere letto sul quotidiano alle ore 9 del giorno successivo. L'edizione del pomeriggio è di informazione diretta; i giornali che chiudono di notte, a Milano, fanno turni fino alle ore 3, tutto quello che succede dopo viene riportato nel quotidiano del giorno successivo.

Il giornale del pomeriggio è in parte fatto con una revisione di quello del mattino, ma viene anche lasciato lo spazio per le notizie che succedono all'ultima ora. Naturalmente un giornale del mattino costa molto meno di uno del pomeriggio.

Inoltre occorre dare all'opinione pubblica un giornale che interessa; bisogna stare attenti a fare un prodotto che sia ben accolto dal pubblico.

MALAGUGINI. Vorrei riprendere il discorso fatto circa l'utilità degli imprenditori.

Lei, dottor Nutrizio, ha detto che con gli stessi soldi in un paese come il nostro si possono ottenere dei vantaggi più consistenti seguendo (adopero le sue stesse parole) delle acque sotterranee. Concordo con lei che dal punto di vista dell'utilità immediata il suo ragionamento non fa una grinza, però l'utilità che si propone esiste e si misura in termini di orientamento e di condizionamento dell'opinione pubblica

con un'influenza diretta ed immediata sulle forze politiche. Vorrei che le fosse ben chiaro che noi non siamo disponibili a considerare l'imprenditore editoriale come un mecenate del secolo attuale.

**NUTRIZIO, Direttore del quotidiano « La Notte ».** Lo escludo. Sarò un immodesto, ma considero il mio giornale pulito e dedicarsi a questa attività è come un *hobby*, ma molto costoso. Lei ritiene che vi sia un condizionamento dell'opinione pubblica, allora pensi che in regime di monopolio radiotelevisivo con una visione media di venti milioni di persone facendo un paragone con le cinquecentomila copie del *Corriere della sera*, la RAI-TV equivale a quaranta *Corriere della sera*.

**MALAGUGINI.** Chi ha la proprietà della testata di cui lei è direttore? Qual è il monte medio di perdita annuale della testata nel corso degli ultimi tre anni? Quale incidenza hanno gli aumenti dei vari costi di produzione (materie prime e prestatori d'opera)? Quale previsione lei fa per il 1974 con il prezzo del giornale a cento lire, come è attualmente?

**NUTRIZIO, Direttore del quotidiano « La Notte ».** Questi sono argomenti di direzione amministrativa. Io dirigo questo quotidiano da ventidue anni, eppure non ho mai maneggiato denaro e ciò mi consente di essere onesto e al di sopra della mischia. Il bilancio del 1972 si è chiuso con una perdita di circa 520 milioni. Non credo che sia stato chiuso il bilancio del 1973, però penso che questa perdita aumenti di parecchio, pur avendo avuto un notevole incremento nella vendita e nella pubblicità. Questo perché dai dati che mi hanno consegnato risulta che il costo per ogni copia venduta è di 132 lire ed il ricavo è di 100 lire, di cui 25 per la pubblicità, pertanto vi è una perdita di 32 lire per ogni copia, ivi compresa la resa.

**MALAGUGINI.** Ritiene che l'attuale ordinamento professionale dei giornalisti consenta la libertà di espressione o è condizionata? Lei sarebbe favorevole ad una modificazione della professione giornalistica che consenta l'accesso a questa professione in base ad un titolo di studio e ad un esame di Stato, come avviene per qualsiasi altra professione?

**NUTRIZIO, Direttore del quotidiano « La Notte ».** Ho avuto l'onore di far parte del primo consiglio nazionale dell'ordine dei giornalisti e pertanto ho collaborato alla stesura dei regolamenti e della legge. Ritengo che il praticantato sia giusto, anche perché comporta una responsabilità da parte del giovane che, dopo diciotto mesi, si presenta davanti ad una commissione e non davanti al direttore che poteva anche non accettarlo per discordanza di idee. Piuttosto, invece di fare tante scuole di giornalismo da cui escono pochi giornalisti validi, lo Stato potrebbe sovvenzionare un giornale fatto dai giovani sotto la guida di una persona che abbia una capacità pedagogica e l'attitudine a tirare su i giovani. Io, in ventidue anni di attività, ho tirato su più di cento giornalisti. Debbo anche dire che quelli che non sapevano saltare gli ostacoli sono rimasti, i bravi sono andati in giro per il mondo.

**MALAGUGINI.** Attualmente il direttore responsabile risponde dei reati commessi a mezzo stampa. Qual è il suo giudizio su questa normativa e su una sua eventuale modificazione che rendesse assolutamente e solamente personale la responsabilità per quanto viene scritto su un giornale, escludendo quindi la responsabilità del direttore, salvo eventuali casi di concorso?

**NUTRIZIO, Direttore del quotidiano « La Notte ».** La legislazione attuale proprio non va. In 22 anni abbiamo avuto 60 cause, tutte risolte felicemente. Se pubblico la notizia che Tizio è stato fermato al confine con *tot* quintali di caffè, e la notizia mi è stata data da un capo della finanza, io debbo credergli. Che poi Tizio, dopo che è stato prosciolto, mi quereli per diffamazione, mi sembra assurdo.

**MALAGUGINI.** Questo è un altro aspetto e riguarda l'illiceità del fatto. Io le chiedo se ritiene possibile nell'ambito della organizzazione di un giornale, dal suo punto di vista, che il direttore possa avere e offrire l'indicazione precisa del responsabile di ogni articolo e di ogni notizia che è pubblicata sul giornale. Se una normativa di legge stabilisce che il direttore del giornale è obbligato a tenere per ogni numero le indicazioni degli autori di ogni singolo articolo o notizia e ad esibirle qualora vi sia contestazione...

**NUTRIZIO**, *Direttore del quotidiano « La Notte »*. Sarei contrario.

**MALAGUGINI**. Ritorna quindi nella posizione del direttore che copre le responsabilità?

**NUTRIZIO**, *Direttore del quotidiano « La Notte »*. Sì, se questa responsabilità deve esserci. Io comunque formulerei in modo diverso il concetto di responsabilità del direttore. Attribuirei responsabilità al direttore quando lo spirito di un articolo è tale da ledere l'onorabilità, la dignità e il prestigio di una persona.

**PRESIDENTE**. Ringrazio il dottor Nutrizio della partecipazione alla nostra seduta.

AUDIZIONE DEL DOTTOR GIROLAMO DAMIGELLA,  
DIRETTORE DEL QUOTIDIANO « ESPRESSO SERA »  
DI CATANIA.

**PRESIDENTE**. La ringrazio, dottor Damigella, a nome della Commissione, per aver aderito al nostro invito. Lei sa che da parecchi mesi abbiamo affrontato questi problemi che travagliano l'editoria giornalistica, per cercare di trovare una soluzione. Ci vuole portare il contributo della sua esperienza di direttore di un quotidiano del pomeriggio?

**DAMIGELLA**, *Direttore del quotidiano « Espresso sera »*. Sono grato a voi di avermi invitato, perché è la prima volta in Italia che si stabilisce un dialogo tra rappresentanti del Parlamento e rappresentanti della stampa o di chi lavora nel settore della stampa. Senza facile ottimismo credo che questa possa essere la base di una concreta discussione e sono contento di portare in questo dialogo quello che vive e soffre un giornale di provincia. Io sono forse il meno adatto a fare un discorso di questo genere e sono costretto a parlare *pro domo mea*.

Non si può non essere d'accordo che la stampa di informazione in Italia è strutturata su un archetipo cellulare in cui le cellule sono fatte da un giornale di provincia. Senza essere paradossale vorrei dire che laddove un giornale di provincia vende migliaia di copie, il cosiddetto giornale nazionale vende decine di copie. È quindi chiaro che un giornale di provincia nella sua zona di diffusione ha una forza di ca-

pillarità che ne fa proprio la cellula di questo organismo. Io direi che il principio che è alla base di questo lavoro, di garantire in Italia la libertà di informazione, è la pluralità dell'informazione, perché la libertà è sempre plurale; la libertà al singolare ha finito di essere libertà.

Dobbiamo studiare i mezzi per impedire che queste barche affondino; perché a me pare che il problema principale sia quello di tenere la barca a galla; ecco perché ricordo sempre ai miei redattori di non mescolare le finalità normative e contrattuali con quelle dell'esistenza del giornale.

**PRESIDENTE**. Ha un equilibrio aziendale?

**DAMIGELLA**, *Direttore del quotidiano « Espresso sera »*. Il nostro giornale vive ormai da 18 anni e si regge con gravi sacrifici; è chiaro anche il perché: i prezzi generali risentono enormemente del fenomeno della pubblicità che non è divisa equamente.

**PRESIDENTE**. Qual è il rapporto tra costi e ricavi?

**DAMIGELLA**, *Direttore del quotidiano « Espresso sera »*. A questa domanda di carattere eminentemente economico non so rispondere con esattezza; non dimentichiamo comunque che il giornale si vende ad un prezzo politico. Ma non si tratta più di un problema di prezzo: non può avere limiti.

**PRESIDENTE**. Secondo la gestione del suo giornale, che cosa viene a costare?

**DAMIGELLA**, *Direttore del quotidiano « Espresso sera »*. Oggi, anche con il prezzo libero non si risolverebbe il problema.

**PRESIDENTE**. Ma se si volesse ripianare il disavanzo di bilancio, a che prezzo si dovrebbe vendere il giornale?

**DAMIGELLA**, *Direttore del quotidiano « Espresso sera »*. A non meno di 150 lire.

**BAGHINO**. Qual è la tiratura del suo giornale?

**DAMIGELLA**, *Direttore del quotidiano « Espresso sera »*. Non si tratta naturalmente di un giornale del mattino che si vende

stabilmente nelle edicole. La tiratura varia a seconda delle giornate: praticamente partiamo da un minimo di 10 mila copie per arrivare ad un massimo che non possiamo precisare, anche se oggi possiamo farlo benissimo data la limitazione della carta. Siamo angustiati da questa mancanza di carta.

**PRESIDENTE.** E l'assegnazione dell'Ente cellulosa ?

**DAMIGELLA, Direttore del quotidiano « Espresso sera ».** L'abbiamo, ma il quantitativo va a peso.

**BAGHINO.** Vorrei chiedere il parere del nostro ospite circa una soluzione che potrebbe essere ricercata tra il prezzo libero, il prezzo politico e il prezzo differenziato in rapporto al numero delle pagine. Inoltre, come potrebbe essere risolto il problema di un intervento pubblico non condizionante? Attraverso delle facilitazioni e se facilitazioni di fondo le ritiene quella di una possibile concessione gratuita di carta sino ad otto pagine e per una tiratura di 50 mila copie? Vorrei anche sapere qual è l'organizzazione amministrativa della sua azienda: si tratta di una società, vi è un editore titolare e quali sono i rapporti tra editore e direttore e tra questi e il comitato di redazione?

**DAMIGELLA, Direttore del quotidiano « Espresso sera ».** Ho già detto la mia opinione in merito al prezzo. Questo non è un problema risolutivo, ma il prezzo non può essere lasciato libero; andrebbe a favore di 4 o 5 sole testate, e finirebbe per colpire proprio quella stampa che si dice di voler aiutare.

Il prezzo deve essere aumentato, così come deve essere posto un limite al numero delle pagine, perché praticamente il loro numero illimitato ha snaturato il quotidiano portandolo vicino al periodico.

Ritengo che, al massimo, sarebbero sufficienti 12 pagine; tutto il resto è un di più che i grandi giornali mettono dentro per battere la concorrenza diretta. Su questo piano non è possibile fare una gara mettendo tutti i giornali italiani sulla stessa linea di partenza.

Secondo me bisognerebbe fare un discorso alla rovescia: fissare cioè una cellula tipo della più piccola azienda giornalistica,

e poi effettuare una valutazione delle varie testate in base a questa cellula campione. Questo potrebbe dare un quadro molto descrittivo, stabilendo una certa gradualità negli interventi a favore della stampa. Ed a tale riguardo io ritengo che tali interventi non debbano assumere la forma dei contributi o dei finanziamenti, perché questi condizionerebbero direttamente la stampa di informazione, che invece deve essere completamente libera. A mio avviso sarebbe opportuno concedere ai giornali delle agevolazioni ben strutturate. Mi pare buona la proposta di partire dalle otto pagine gratuite e di far pagare quelle in soprannumero secondo determinate tariffe preferenziali. Bisognerebbe poi intervenire nel settore pubblicitario, attuando un sistema di pubblicità a catena nazionale perché l'economia del nostro paese è mista, quindi l'iniziativa privata è in subordine rispetto a quella pubblica e pertanto il maggior *budget* pubblicitario è in mano ad enti pubblici. Si dovrebbe predisporre un piano in base al quale non ci fossero più giornali tagliati fuori e giornali super privilegiati. Non credo sia difficile trovare una formula per poter effettuare quasi meccanicamente la ripartizione della pubblicità. Ritengo inoltre che non si dovrebbe appesantire il problema della stampa di informazione con quello della stampa partitica che invece deve essere inserito nel quadro della politica di finanziamento dei partiti.

Per quanto riguarda, poi i rapporti tra direttore e redazione nel mio giornale, debbo dire che essi sono ottimi perché praticamente non esiste una scala gerarchica.

**BAGHINO.** Quali sono i rapporti tra lei e l'editore?

**DAMIGELLA, Direttore del quotidiano « Espresso sera ».** Il nostro giornale è edito da una società a responsabilità limitata.

**BAGHINO.** Esiste una persona fisica che abbia la maggioranza in seno a questa società?

**DAMIGELLA, Direttore del quotidiano « Espresso sera ».** Non lo so. Un direttore amministrativo si occupa del giornale. La nostra posizione è di assoluta indipendenza: il nostro giornale è una delle poche voci veramente libere e si batte per la democrazia italiana. Il nostro principio è che a



questa democrazia non se ne può sostituire un'altra e che se questa è debole bisogna renderla migliore e più valida.

**ZAMBERLETTI.** Lei ha parlato di differenziazioni dei prezzi dei quotidiani a seconda del numero delle pagine e del mantenimento del prezzo politico, misure che a mio avviso costituirebbero un vantaggio per i giornali di provincia che hanno dei costi minori. Ciò, fra l'altro, consentirebbe una maggiore concorrenzialità per quanto riguarda il prezzo dei giornali. Inoltre, se il prezzo fosse ancorato a livello della cellula più grossa molti giornali sarebbero indotti a non accogliere più di una certa quota di pubblicità con determinate conseguenze sul prezzo. Per quanto riguarda la pubblicità televisiva, lei ha detto che bisogna introdurre degli incentivi, affinché una parte di essa venga dirottata verso la stampa quotidiana di informazione.

Anche a questo proposito, non pensa lei che i meccanismi, per rendere più automatica tale azione di disincentivo rispetto alla pubblicità televisiva, potrebbero essere costituiti dal contingentamento dei minuti di pubblicità rispetto al tipo di prodotto che va alla pubblicità televisiva, e dall'aumento del prezzo, che incida sul *budget* pubblicitario dell'azienda, in modo tale che la pubblicità di molti prodotti passi alla stampa quotidiana?

**DAMIGELLA, Direttore del quotidiano «Espresso sera».** Alla sua domanda, che mostra un notevole approfondimento del problema, io non presumerei di poter dare una risposta precisa, perché ci sono giudizi che devono essere dati non soltanto da un giornalista ma anche da chi materialmente gestisce un giornale e può fare conti del genere.

Per quanto riguarda il numero delle pagine di un giornale, la più piccola cellula di un comune giornale deve essere formata da otto pagine: è il tipo di giornale per il quale abbiamo parlato di fornitura gratuita della carta, fino ad una certa tiratura, e su questo « minimo » potremmo costruire tutta l'intelaiatura delle grandi testate. Le otto pagine però presuppongono poca pubblicità, perché per avere un minimo di pubblicità un giornale dev'essere formato da almeno 12 pagine. Si potrebbe quindi limitare il numero delle pagine, ma occorrerebbe con ponderatezza fissare il minimo,

magari stabilendo in 12 pagine, per i motivi che ho detto. Circa il prezzo, io penso che esso non si possa liberalizzare, perché costituirebbe un'arma in mano ai grandi giornali. Introdurre delle differenze, poi, potrebbe essere per un verso positivo e per un altro negativo. Si potrebbe stabilire un prezzo per i giornali che hanno un minimo di pagine, per esempio 12, ed un altro prezzo che si potrebbe magari lasciare libero, per i giornali che hanno un numero superiore di pagine. Del resto, il lettore cerca l'informazione, e pensa bene prima di spendere i suoi soldi. Quando egli vede un giornale di 32 pagine, sa che di quelle 20 sono inutili, perché sono piene o di pubblicità o di servizi che non attengono più al quotidiano, ma piuttosto sono da periodico. Chi vuole veramente il giornale di informazione tiene in considerazione la differenza di prezzo, e pensa bene a non comprare carta inutile.

Per quanto riguarda il problema della pubblicità, la stampa si lamenta del fatto che la televisione, rubando spazio alle trasmissioni, ha creato rubriche pubblicitarie a non finire. Rispondendo alla domanda postami dall'onorevole Zamberletti, devo dire che in realtà la riduzione del tempo (non quella delle rubriche, che secondo me non risolverebbe la questione) per la pubblicità televisiva e l'aumento delle tariffe potrebbero costituire un correttivo al fenomeno che noi lamentiamo.

**PRESIDENTE.** La ringraziamo, dottor Damigella, del contributo da lei recato alla nostra indagine conoscitiva.

AUDIZIONE DEL DOTTOR ALBERTO GIOVANNINI,  
DIRETTORE DEL QUOTIDIANO « IL GIORNALE  
D'ITALIA » DI ROMA.

**PRESIDENTE.** È qui con noi questa sera il dottor Alberto Giovannini, direttore de *Il Giornale d'Italia* di Roma. Dottor Giovannini, lei ha certamente seguito l'indagine che noi stiamo svolgendo, per sollecitare il Governo a risolvere con concreti provvedimenti i problemi che travagliano l'editoria giornalistica. Noi gradiremmo che lei ci esponesse quali sono i problemi che si trova ad affrontare il suo giornale, e come lei pensa di poterli risolvere.

**GIOVANNINI, Direttore del quotidiano « Il Giornale d'Italia ».** Il mio è un giornale della sera, ed ha dei problemi ovviamente

diversi da quelli che travagliano i giornali del mattino. Certo, una delle cause della crisi dei giornali è costituita dalla televisione, che anticipa tutte le notizie, cosicché il giornale, che vive sulla notizia, arriva sempre in ritardo rispetto ad essa, la quale si pone perciò come elemento per noi assolutamente negativo. La situazione di estrema difficoltà in cui si trovano i giornali della sera è derivata sia dalla televisione, che durante il giorno da tutte le notizie, sia dallo sviluppo della motorizzazione. Infatti prima l'impiegato, l'operaio che usciva dal lavoro, avviandosi verso casa agevolmente poteva acquistare il giornale della sera, mentre oggi si preferisce rinunciarvi, data la difficoltà di fermarsi con la macchina all'edicola. Molti giornali della sera hanno registrato una regressione nelle vendite, e l'unica città che ha una diffusione notevole dei giornali della notte è Milano, dove esiste circa un milione di pendolari che viaggiano in metropolitana o nelle tramvie vicinali, e nelle stazioni o alle fermate tutte le sere possono agevolmente acquistare il giornale, che essi inoltre sono portati ad acquistare per trascorrere il tempo sul mezzo di trasporto che li riporta a casa.

Per quanto concerne la crisi dell'editoria, io penso che difficilmente se ne potrà uscire, perché tutti gli incentivi che lo Stato può offrire per tentare di risolverla, costituiscono solo dei palliativi. La crisi ha la sua origine nella televisione, ed anche in un certo disinteresse dell'opinione pubblica per la politica, mentre i giornali sono tutti politicizzati. I costi, poi, sono enormi. Non è più sostenibile il costo del giornale se pensiamo che 100 lire è il prezzo di un caffè e non vi è rapporto fra il costo di fabbricazione dei due prodotti. D'altra parte il problema della libertà di stampa è legato a quello della indipendenza economica del giornale; nessun Governo, credo, a lungo andare finanzia un giornale per lasciarlo assolutamente libero. Fatalmente, fra 4 o 6 o 10 anni, arriveremo alla concentrazione delle testate, soprattutto dei gruppi editoriali, ed avremo in Italia solo 5 o 6 grandi giornali. Si ripeterà un fenomeno che si manifestava in Italia alla fine del secolo: i giornali personali di 4 o 6 pagine, politicizzati all'estremo, che si rivolgono ad un pubblico di *élite*, faranno vivere la libertà di stampa. Un fatto interessante di editoria nuova è costituito dal *Manifesto*. Buono o cattivo che sia, con 4 pagine i fondatori

sono riusciti a dar vita ad un giornale che una certa parte legge con interesse, trovandovi rispecchiate determinate istanze e soluzioni, naturalmente estremistiche. È comunque un fatto nuovo del quale bisogna tener conto e sono convinto che le concentrazioni di grandi editorie per fronteggiare la lievitazione insostenibile dei costi porterà ad un certo numero di giornali del tipo del *Manifesto*. Ho già avuto una proposta del genere e l'ho considerata con un certo interesse.

**PRESIDENTE.** Per impedire questa concentrazione editoriale non vi sono possibilità di soluzioni? Certe concentrazioni editoriali portano al controllo delle testate.

**GIOVANNINI, Direttore del quotidiano « Il Giornale d'Italia ».** Oggi non hanno portato ad alcuna limitazione della libertà di stampa né a controlli.

**PRESIDENTE.** Ma perché questo non avvenga cosa si può fare?

**GIOVANNINI, Direttore del quotidiano « Il Giornale d'Italia ».** Nuove forme di stampa con cervelli elettronici una volta si pensava che avrebbero limitato i costi, ma i sindacati ribadiscono che, indipendentemente dall'ammodernamento tecnologico, non si può danneggiare l'occupazione; quindi rinnovando tecnologicamente il giornale non si può pensare che, una volta andati in quiescenza gli attuali operai, non se ne debbano assumere altri.

**BAGHINO.** Ritiene che più che un pericolo di concentrazione delle testate vi sia il pericolo di concentrazione dell'informazione nelle mani di gruppi che possono far venir meno la pluralità dell'informazione? Ma questa concentrazione potrebbe essere evitata risolvendo il problema in sede legislativa, o si tratta di questione deontologica da una parte e dall'altra di contratto giornalistico, perché l'articolo 8 parla di esclusività con un aumento del 18 per cento, ma nessun editore si preoccupa di questo? Vi è quindi la possibilità che un giornalista parlamentare che abbia a disposizione 7 o 8 testate fornisca la notizia con la stessa impostazione a tutte.

Lei è favorevole al prezzo politico, al prezzo libero o al prezzo differenziato?

Pensa che interventi non condizionanti, come la carta gratuita per le prime 8 pagine o facilitazioni delle tariffe postali e telefoniche, possano alleggerire l'attuale crisi? Ritiene che la difficoltà della diffusione derivi dalla attuale impostazione dei punti di vendita o dagli editori dei settimanali a rotocalco che non gradiscono la liberalizzazione dei punti di vendita?

Questa mattina ho sentito proporre l'impegno di tutti gli enti pubblici che danno pubblicità a darla a tutti i giornali equamente, con diversità di spazio a seconda dell'importanza del giornale, ma con diverso costo, così che ciascuno incassi la stessa quota dando diverso spazio.

GIOVANNINI, *Direttore del quotidiano « Il Giornale d'Italia »*. La concentrazione mi sembra che sia un fatto tipicamente parlamentare, perché l'ANSA ed altre agenzie sono agenzie d'informazione. L'essenziale per il giornale è la notizia, poi viene il commento.

Il problema dell'informazione parlamentare è un problema relativamente di scarso interesse per la grande maggioranza del pubblico; interessa a noi, ma l'opinione pubblica non recepisce.

Per quanto riguarda gli incentivi non bisogna dimenticare che le possibilità dello Stato italiano sono quelle che sono; con questi incentivi, che oltretutto sono palliativi, si corre il rischio di soffocare la libertà di stampa; si può rendere meno drammatica la situazione di alcuni giornali per un certo periodo di tempo, ma il passivo rimane sempre. Il giorno che il signor Monti si stanca di tenere il Giornale d'Italia, chi se lo piglia? Molti giornali come il nostro non hanno chiuso fino ad ora, ma poi? Purtroppo la concentrazione è una prospettiva futura alla quale bisogna guardare per far sopravvivere la stampa, che pure avrà la sua libertà condizionata da un determinato settore.

Per quanto riguarda i rapporti all'interno dei vari giornali la situazione si sta aggravando. Lo statuto dei lavoratori è un fatto di una gravità eccezionale; in casi come il nostro si registra in media un assenteismo del 30 per cento in modo che il personale che resta è costretto a fare dello straordinario.

Ci sono stati anche molti scioperi tra il personale di tipografia che voleva fosse mantenuto lo straordinario notturno anche

quando questo straordinario non veniva più effettuato. Questa serie di *escalation* incide molto sul bilancio di giornali in passivo.

Per quanto riguarda il prezzo dei quotidiani ci portiamo dietro ancora un retaggio del fascismo, cioè il prezzo legato agli indici della scala mobile, cosa che oggi non ha più ragione di essere poiché il giornale nella odierna società dei consumi rappresenta un prodotto di minore consumo. Ritengo che si debba stabilire un prezzo equo; le cento lire sono ridicole, le 120 lire sarebbero una cosa peggiore.

Il *Resto del Carlino* è un giornale che può uscire anche a 12-13 pagine tre volte alla settimana perché non ha concorrenti. Mentre noi se il *Paese sera* esce a 14-18 pagine dobbiamo adeguarci così come il *Paese sera* si adegua a noi. Per un giornale come il mio anche il prezzo a 150 lire non farebbe quadrare il bilancio; credo che nessun giornale della sera possa pensare di pareggiare il bilancio con un prezzo di 150 lire; intanto si tratta di un giornale che vive sei ore, la cui pubblicità è relativa e il costo senz'altro superiore agli altri giornali.

OLIVI. Un quotidiano della sera richiede minore impegno, anche come corrispondenti.

GIOVANNINI, *Direttore del quotidiano « Il Giornale d'Italia »*. Non sono d'accordo, perché ho 62 redattori, mentre quando dirigevo il quotidiano a Napoli ne avevo 40. Sono pochi i quotidiani che hanno il proprio corrispondente estero, lo hanno in chiave collettiva, io ce l'ho proprio perché sono legato alla *Nazione* ed al *Resto del Carlino*. Lei deve tener presente che mentre il giornale del mattino ha ventiquattro ore di tempo quello della sera ne ha tre.

BUBBICO. La sua tesi di ritenere ineluttabile la crisi, escludendo il carattere congiunturale, è parzialmente diversa da quella dei suoi colleghi.

GIOVANNINI, *Direttore del quotidiano « Il Giornale d'Italia »*. Di quelli ascoltati questa mattina. Pensi quale vantaggio recherebbe il prezzo fissato a 150 lire al quotidiano *La Gazzetta di Mantova* che ha sette-otto persone, mentre io ho 150 tipografi.

BUBBICO. Secondo una visione relativamente futuribile, considerando non ovviabile la crisi dell'editoria neanche con incentivi, dato il passivo che ha un ammontare annuo di circa 35 miliardi e tende ad aumentare, non ritiene che a carico dello Stato possano ipotizzarsi forme di correzione di questo processo con la collaborazione evidentemente anche dell'ingegno dei giornalisti italiani anche per cercare formule nuove e diverse? Lei ha parlato di compensi politici collegati agli incentivi dello Stato ed i meccanismi di ordine obiettivo non sarebbero commisurati alla tiratura del giornale senza toccarne l'orientamento politico, ma questi non sono meno condizionanti di quelli derivanti dall'appartenenza del giornale ad un gruppo economico o ad una catena di giornali dando luogo così ad una concentrazione che si sta già verificando. Se ci troviamo di fronte ad un circolo sostanzialmente chiuso, quali sono le altre possibilità di rimedio? Sostanzialmente andiamo verso una concentrazione delle imprese editoriali, perché nessun aiuto pubblico è ipotizzabile in quanto la contropartita è tale da sconsigliarlo ai fini della libertà di stampa. Allora lei ritiene che la crisi del giornale sia definitiva?

GIOVANNINI, *Direttore del quotidiano « Il Giornale d'Italia »*. Siamo alla fine di un ciclo storico dell'editoria e stiamo entrando in un altro. Si tratta di vedere come dovrà essere strutturato il prossimo. Ritengo che gli incentivi di qualsiasi natura potranno risolvere in prospettiva i problemi che ci stanno di fronte. Lei vuol sapere se sia preferibile avere questi incentivi dall'editore privato o da quello pubblico.

BUBBICO. La concentrazione crescente in poche mani di imprenditori privati che si aspettano una contropartita è concepibile in un sistema misto come il nostro. Il fatto è che il suo ragionamento sarebbe ineccepibile in una società di soli privati.

GIOVANNINI, *Direttore del quotidiano « Il Giornale d'Italia »*. Ho paura quando nel trattare una questione non vedo l'altra faccia. Ritengo che l'imprenditore privato quando assume un direttore sa chi assume, mentre l'imprenditore pubblico come fa a nominare il direttore? Le faccio, altresì, rilevare che la linea politica del giornale rimane quella attuale finché ci sono io,

altrettanto avverrà quando ci sarà un altro direttore. Se c'è, invece, l'editoria pubblica dirigitica a chi mi rivolgo, alla Presidenza del Consiglio?

BUBBICO. Nel corso di questa indagine è stata affacciata l'ipotesi di incentivi sia in contributi e sia in servizi.

GIOVANNINI, *Direttore del quotidiano « Il Giornale d'Italia »*. Ho raggiunto il massimo della pensione e non ho problemi di alcuna natura, ma obiettivamente le dico che questi sono i grossi pericoli che presenta il finanziamento pubblico dei giornali. Infatti nessuno le dà niente per niente. Anche lo Stato più liberale quando le dà qualcosa, pretende qualcosa in cambio. Sono convinto che la libertà è un bene che ognuno si deve conquistare tutti i giorni in relazione al prezzo che è disposto a pagare.

BUBBICO. Cosa suggerisce alla Commissione in ordine alla nomina del direttore, ai poteri di questo ed ai rapporti interni nell'azienda? Cosa pensa dello statuto dell'azienda?

GIOVANNINI, *Direttore del quotidiano « Il Giornale d'Italia »*. Quest'ultimo è una follia. Sono un vecchio giornalista, ma adesso siamo arrivati a un punto di rottura. Non ho mai avuto una questione con i comitati di redazione, perché considero il direttore un giornalista che fa il direttore, come potrebbe fare l'inviato speciale o altro; ma oggi si comincia a traballare. Se si fa una assemblea sulla strutturazione del giornale, pretendo che il comitato di redazione mi faccia vedere prima il documento. Questo è un certo prestigio. Ma ormai anche questo prestigio va scadendo attraverso il progressivo appiattimento della professione e fra poco ci troveremo di fronte al grosso problema e al grosso pericolo del giornale assembleare, cioè di un giornale composito (del tipo del *Messaggero*) in cui le decisioni che una parte della redazione prende vanno a detrimento della libertà dell'altra parte della redazione che non è disposta ad accettarle. La libertà del giornalista non è di scrivere sul giornale quello che gli pare, è di rifiutarsi di scrivere le cose che la sua coscienza non condivide e rifiutarsi di fronte al direttore e all'editore. Oltre non si può andare. Vi è invece il pericolo che si vada oltre.

ZAMBERLETTI. Per quanto riguarda il prezzo del quotidiano, c'è chi parla di liberalizzazione e chi invece comincia a vedere la possibilità dell'articolazione del prezzo in scaglioni. Lei ha fatto riferimento alla *Gazzetta di Mantova*. Per 150 lire è evidente che questo giornale sarebbe non dico sopra pagato, ma indubbiamente il prezzo non sarebbe corrispondente ai tipi di costi che un giornale provinciale, con certe caratteristiche, ha.

La soluzione quindi non sarebbe la liberalizzazione perché i grossi quotidiani che hanno più mezzi e pubblicità e gruppi editoriali capaci di sostenere prezzi di concorrenza potrebbero mettere in difficoltà la piccola stampa.

Il prezzo differenziato darebbe la possibilità ai piccoli quotidiani di avere un margine di concorrenza nel prezzo; garantirebbe nello stesso tempo la grande stampa con i prezzi maggiori rispetto ai piccoli quotidiani.

Per quanto riguarda il problema della pubblicità televisiva, non pensa che restringendo la pubblicità televisiva, si crei maggiore spazio per i quotidiani?

GIOVANNINI, *Direttore del quotidiano « Il Giornale d'Italia »*. Mentre per la pubblicità pubblica è facile fare una certa ripartizione, la pubblicità privata non è facile portarla verso i piccoli giornali. Vi è la legge del mercato.

Per quanto riguarda il prezzo del giornale, il prezzo differenziato può essere una soluzione, ma non è facile da graduare. Poi troverete tali e tante resistenze: innanzitutto, la parte del piccolo giornale non piace a nessuno. Comunque, il problema è un altro. Bisogna diminuire anche gli organici perché i costi effettivi sono molto alti: vi sono persone semianalfabete che percepiscono 7-800 mila lire mensili perché lavorano da molti anni ed hanno quindi raggiunto queste posizioni. Un altro onere molto rilevante è quello determinato dai contributi da versare agli istituti di previdenza: ad esempio, un direttore che guadagna 4 milioni al mese deve versare circa un milione e mezzo per i contributi.

Prima di congedarmi vorrei rivolgere una preghiera al Presidente: nel comunicato, vorrei che fosse posto in risalto il fatto che io sono stato ascoltato come direttore di un giornale del pomeriggio, perché

altrimenti si potrebbe ritenere che le audizioni siano state effettuate seguendo l'ordine di importanza dei vari quotidiani.

PRESIDENTE. La sua richiesta sarà senz'altro accolta. Comunque tengo a sottolineare a nome della Commissione che l'ordine delle audizioni prescinde completamente dalla importanza dei giornali che non ha alcuna rilevanza nella metodologia di questa indagine conoscitiva.

AUDIZIONE DEL DOTTOR GIORGIO CINGOLI,  
DIRETTORE DEL QUOTIDIANO « PAESE SERA »  
DI ROMA.

PRESIDENTE. La preghiamo di illustrarci i problemi del suo giornale, inquadrati nella iniziativa della nostra Commissione, e la ringraziamo per aver accolto il nostro invito.

CINGOLI, *Direttore del quotidiano « Paese Sera »*. Credo che i problemi del mio giornale non differiscano da quelli che attualmente assillano tutta la stampa italiana. Comunque, riterrei opportuno suddividere questi problemi in due categorie. Vi è innanzitutto un problema urgentissimo, drammatico, che è quello della sopravvivenza stessa dei giornali, e quindi collegato a quello dei costi e del prezzo di vendita bloccato. Non credo di dover aggiungere molte cose a quanto è già stato detto in questa sede, comunque vorrei sottolineare come questa questione sia diventata pressante. La seconda categoria è rappresentata dai problemi della riforma. Sul primo punto credo sia stato detto abbastanza: i costi - quello della carta in particolare - sono aumentati fino a raggiungere limiti non sostenibili e quindi il prezzo, che non è economico, incidendo sulla produzione delle aziende mette in pericolo la libertà delle testate. Vorrei insistere su questo punto perché oggi nelle redazioni si ha la sensazione che le scadenze drammatiche siano molto ravvicinate. I costi della produzione sono talmente alti che anche un eventuale aumento del prezzo del giornale a 150 lire non basterebbe a coprirli.

PRESIDENTE. Quali provvidenze suggerite?

CINGOLI, *Direttore del quotidiano « Paese Sera »*. Credo innanzitutto che sia inevitabile la revisione del prezzo: ma un aumento non potrebbe in ogni caso risolvere il problema anche perché potrebbe riprodersi a breve scadenza la crisi che riporterebbe le aziende giornalistiche alla situazione attuale. Noi pensiamo che, intanto, il prezzo debba conservare il carattere politico, anche se dovrà necessariamente essere rivisto; riteniamo inoltre che debbano essere assunti provvedimenti concernenti la famosa fornitura di otto pagine per le prime 50 mila copie. Tuttavia, non siamo dell'avviso che questo sia l'elemento risolutore il quale, secondo noi, può essere individuato solo in provvidenze che incidano sui costi. Se è bloccato il prezzo di vendita, dovrebbero essere bloccati anche i costi. L'equilibrio aziendale nel settore dell'editoria giornalistica è al limite di rottura. Si dovrebbe, io penso, valutare veramente il fatto che un certo assetto di tale settore porta a degli sprechi, che noi non siamo capaci di evitare. C'è uno sperpero enorme di denaro e di energia, derivato dall'apertura, fino a notte inoltratissima, delle tipografie, per ragioni concorrenziali che riteniamo abbastanza sciocche: infatti, a nostro giudizio, l'efficienza del giornale non si misura dalla « freschezza » della notizia, dall'« ultimissima », in quanto vi sono altre fonti che forniscono le notizie recentissime.

Noi calcoliamo che il numero del giornale del lunedì, che è lavorato completamente in straordinario, abbia un costo di tre volte superiore a quello normale. Certo, dei provvedimenti credo che darebbero all'azienda giornalistica un incremento notevole, ma purtroppo gli editori non si sono messi d'accordo su questo problema fondamentale. Insieme a ciò si dovrebbe prendere in considerazione l'opportunità di procedere ad una fiscalizzazione degli oneri sociali, che sono assai pesanti per le aziende giornalistiche, e all'esonero dall'IVA.

ZAMBERLETTI. Ho preso atto con piacere del fatto che il direttore di *Paese Sera* ha fatto giustamente riferimento all'esigenza di prendere urgenti provvedimenti per ristabilire l'equilibrio economico delle aziende giornalistiche, intanto per fermare la corsa alla concentrazione delle proprietà rispetto alle testate, chiaramente portata dalla crisi dell'editoria. In relazione a questa situazione, si pone importante il problema del

prezzo, che emerge quando si parla degli incentivi. Ho visto che lei dottor Cingoli ha avuto qualche riserva sulla soluzione delle 8 pagine del giornale, la cui carta verrebbe fornita gratuitamente. Per quanto concerne il prezzo, lei ha fatto anche riferimento all'insufficienza delle 100 lire quale prezzo di vendita del giornale, e però anche al pericolo che questa scala mobile venga intaccata da un aumento che sia realistico rispetto all'equilibrio da raggiungere.

Le domando: non crede che proprio a proposito del problema di un aumento del prezzo - che tenga conto dell'equilibrio dell'azienda e che intanto non incida sulla scala mobile in misura considerevole - sia più opportuno creare non una liberalizzazione, ma un prezzo politico differenziato, che tenga conto delle dimensioni dell'azienda e del numero delle pagine? In questo modo si avrebbe il vantaggio di dire che rimane il prezzo base (100 lire) del quotidiano, e ciò anche ai fini della scala mobile, mentre il prezzo del quotidiano che ha un numero maggiore di pagine è scaglionato (sale a 150-200 lire), e tiene conto delle possibilità di acquisizione del mercato. Non crede lei che una decisione del genere garantirebbe anche quella stampa locale che oggi è in equilibrio, ma che probabilmente, di fronte ad un aumento del grande quotidiano, potrebbe avere un danno in termini di concorrenza? Ad esempio, nelle province della Lombardia, in cui sono diffusi grandi e piccoli quotidiani, l'acquisto di due quotidiani a 200 lire sarebbe un grosso disincentivo.

La mia seconda domanda riguarda il delicato problema della pubblicità, e la polemica sulla sua ripartizione tra stampa e RAI-TV: tale ripartizione potrebbe essere garantita da un contingentamento, circa la pubblicità televisiva, in termini di minuti programmati, e semmai da un aumento del prezzo della pubblicità televisiva. Questo consentirebbe ai quotidiani di avere un grosso spazio di *budget* pubblicitario a disposizione. Tra l'altro, lo scaglionamento del prezzo a secondo del numero delle pagine, per quanto concerne i quotidiani, spingerebbe i grandi quotidiani a non accogliere più di un certo quantitativo di pubblicità, per non ricadere nell'ambito del prezzo più elevato, e quindi dirottare la pubblicità anche sui giornali che oggi non la raccolgono, ma che la raccoglierebbero se ci fosse un disincentivo nei confronti delle grandi testate.

CINGOLI, *Direttore del quotidiano « Paese Sera »*. A proposito del problema del numero delle pagine, devo dire che non è che non creda al valore profondo di una decisione del genere, che però sarebbe essenzialmente politica, e garanzia minima dell'esercizio di una reale libertà di stampa nel nostro paese. Ci sono infatti gruppi, associazioni e cooperative giornalistiche che forse avrebbero in animo di editare un giornale, ma che non possono farlo perché non esiste oggi alcun tipo di incentivo per un'attività del genere. Non è che la decisione di concedere 8 o 6 pagine gratis per le prime 50 mila copie non risulti di effettivo aiuto all'affermarsi della libertà di stampa. Certamente, però, un'operazione del genere, se non rigidamente controllata, aprirebbe la strada a speculazioni di ogni tipo, e ci troveremmo di fronte a gente che scopre di avere la vocazione dell'editore nel momento in cui lo Stato interviene a sostenere delle iniziative. Le partite di carta finirebbero in questo caso al mercato nero. Penso però che potremmo escogitare dei meccanismi di garanzia, stabilendo intanto che non siano i privati a godere di tali benefici, ma delle cooperative. Ritengo che occorrerebbe guardare con molto sospetto al sorgere di nuove iniziative, creare strumenti di garanzia che proteggano dagli abusi e che evitino che quanto lo Stato fa per incoraggiare la libertà di stampa si risolva in speculazioni di ogni tipo, qualcuna delle quali è già in atto. Penso che una decisione di questo genere bisognerebbe che fosse esaminata con estrema attenzione da parte dei giornalisti perché potrebbe costituire uno strumento di opinione e rendere vivace la battaglia delle idee, anche se non penso che possa rappresentare la soluzione della crisi della stampa.

Mi pare che i problemi siano diversi. Quanto al doppio regime so che è in corso questa discussione, e penso che esso possa rappresentare una delle soluzioni; si tratterebbe di intervenire nella valutazione delle cifre, cosa in cui non sono certo un esperto. Per esempio, si potrebbero stabilire due grandi gruppi di giornali: uno con il prezzo bloccato a 100 lire che abbia un certo numero di pagine, che goda delle previdenze e che abbia una dimensione ridotta rispetto a giornali del secondo gruppo che potranno avere un prezzo più elevato, sempre amministrato e non libero, che assumano una veste diversa e anche un atteggiamento

diverso di fronte alla acquisizione della pubblicità.

Credo che questo potrebbe essere un'ipotesi; sorgerebbero naturalmente delle difficoltà per stabilire quali quotidiani fanno parte del primo gruppo e quali del secondo. La scelta non sarà certamente facile.

Per quanto concerne la pubblicità, vi è tutto un discorso da fare correlandolo con il costo della carta; stiamo arrivando ad un punto un cui la carta dove viene stampata la pubblicità costerà di più dell'inserzione stessa. Oltre a questo vi è un altro discorso da fare, che riguarda la pubblicità televisiva. Siamo preoccupati circa la notizia dell'intenzione della RAI-TV di acquisire altri 17 miliardi di pubblicità.

ZAMBERLETTI. È stata bloccata dal Governo.

CINGOLI, *Direttore del quotidiano « Paese Sera »*. Vi sarebbe da fare un discorso sulla pubblicità degli enti di Stato che non dovrebbe corrispondere a una libertà di scelta da parte degli editori, anche se è questo il criterio seguito. Non c'è una valutazione del risultato della resa commerciale della pubblicità; ci dovrebbe essere una migliore e più giusta distribuzione della pubblicità di Stato. Una proposta potrebbe essere quella di aumentare questa pubblicità: molti ministeri la fanno; si potrebbe invitare gli altri a fare una cosa del genere. Potrebbe essere un modo per far sì che la stampa possa rimanere libera.

BAGHINO. Vorrei conoscere il suo pensiero sul prezzo politico e sul prezzo libero: quale ritiene più giusto?

CINGOLI, *Direttore del quotidiano « Paese Sera »*. Ho parlato di prezzo amministrato, cioè politico e non libero.

BAGHINO. Sarebbe in via secondaria subordinato questo prezzo differenziato di cui parlava Zamberletti; vorrei sapere se ritiene più giusto, per ragioni di opportunità e di significato sociale, il prezzo politico unico. Non ritiene inoltre che l'anticipata chiusura delle tipografie comporti un vantaggio solo per i quotidiani della sera, o ritiene che anche i quotidiani del mattino possano preferire un altro orario? Non mi riferisco in modo particolare al suo gior-

nale, ma vorrei conoscere il suo pensiero dal punto di vista generale. Non ritiene che vi siano degli ostacoli all'ammodernamento tecnologico che, indubbiamente, potrebbe portare a dei risparmi? E se sì, quali sono questi ostacoli? Per quanto riguarda la pubblicità, affidata alla SPE, il suo giornale ha un canone fisso garantito? Qual è? Inoltre, qual è l'amministrazione della società? Vi è un azionista che abbia la maggioranza? È una persona fisica? Vorrei sapere anche il suo parere circa l'eventualità delle 8 pagine e se non ritiene che le facilitazioni date indiscriminatamente non possano favorire di fatto i grandi giornali e che i più grandi vantaggi verrebbero a quelle aziende che sono soggette alla concentrazione delle testate o ad altri interessi, cosiddetti spuri?

CINGOLI, *Direttore del quotidiano « Paese Sera »*. Per quanto riguarda il prezzo unico o differenziato, ritengo che sia preferibile un regime di prezzo unico che, anche dal punto di vista politico, mi sembra più equo.

Quando ho detto che ritenevo il prezzo differenziato una soluzione, mi riferivo alla discussione in cui facevamo riferimento ad una realtà non modificabile; certo sarebbe auspicabile un meccanismo che garantisca una certa assistenza alle aziende senza con questo ledere la libertà di stampa.

Per quanto riguarda gli orari di chiusura, sulla base dell'esperienza non penso che la chiusura anticipata incida sul prodotto del mattino favorendo i quotidiani del pomeriggio. L'informazione arriva in modo diverso, vi sono strumenti di comunicazione come la radio e la televisione che danno informazioni a qualsiasi ora del giorno e della notte, e di queste altre fonti di notizie che lo condizionano un buon giornale deve tenere conto. Il protrarsi della chiusura fino ad ore impossibili credo che sia un vezzo di alcuni editori italiani - che sono tutti più o meno oscuri - allo scopo di farsi concorrenza con qualche ultima notizia della notte che in definitiva ha spesso scarso valore. La chiusura anticipata sarebbe una delle prime decisioni da adottare perché il costo notturno è altissimo.

Ammodernamento: non so se tutte le aziende possano permettersi trasformazioni tecnologiche. Con il passaggio dalla lavorazione a caldo a quella a freddo, se è più rapido il processo di tipografia è più diffi-

cile la tiratura. In verità i grandi giornali non hanno convenienza, penso, di investire miliardi per ammodernare nella situazione attuale, con vantaggi a lunga scadenza, né si può provocare disoccupazione. Occorre un incoraggiamento al rinnovamento tecnologico e soprattutto si deve far sì che le nuove aziende sorgano con criteri tecnologici nuovi: questo credo che sia indispensabile. Credo che sia anche attuabile la trasformazione di aziende che hanno una diffusione tale da poterlo consentire senza provocare disoccupazione.

La nostra società pubblicitaria è la SPEI e abbiamo un minimo superiore a un miliardo garantito, ma non so di preciso a quanto ammonti il contratto previsto per il 1974. So che la società editrice è in fase di rinnovamento, ma non conosco la partecipazione azionaria. Il mio editore e interlocutore è Terenzi.

Circa le provvidenze, credo che qualunque decisione sarà presa, prezzo differenziato o altro, finiremo con il cercare in modo diverso per le diverse testate un prezzo aumentato. Le 150 lire, poiché i costi di produzione sono fissi, favorirebbero i giornali a grande tiratura, così come le 8 pagine gratuite favorirebbero i piccoli giornali che coprirebbero l'intero costo della carta che usano. La suddivisione dei prezzi, l'adozione di provvidenze di un certo tipo per giornali di una certa categoria e minori provvidenze per altre categorie sarebbe la soluzione migliore.

BUBBICO. Sono già stati sottolineati gli aspetti economici della crisi e l'urgenza di provvedimenti in servizi e contributi economici, ma oltre a questi quali soluzioni d'ordine legislativo suggerirebbe per correggere il processo di concentrazione e per vivificare il pluralismo della stampa italiana?

CINGOLI, *Direttore del quotidiano « Paese Sera »*. Credo che il principale mezzo per non favorire la concentrazione - al di là dei provvedimenti economici e di controllo dello Stato - sia quello di aumentare il potere dei giornalisti nelle aziende. Nel nostro giornale abbiamo adottato un contratto che amplia i limiti del contratto nazionale di lavoro. Di fatto risolve le maggiori controversie, mentre gli articoli 6 e 34 del contratto investono i poteri del direttore, del comitato di redazione e i rap-



porti fra direttore ed editore. A questo riguardo posso fornire alla Commissione il protocollo degli accordi integrativi della azienda; abbiamo già il superamento delle stesse richieste della federazione della stampa per la modifica degli articoli 6 e 34 del contratto di lavoro.

Nel comitato di redazione abbiamo rapporti di consultazione permanente che investono l'orientamento editoriale dell'azienda, il prodotto nelle sue linee giornalistiche. Il fatto che abbiamo già adottato questi criteri nuovi è la prova dell'opinione che abbiamo in materia. Fra l'altro penso che ci troviamo di fronte ad un curioso fenomeno: la stampa è un servizio pubblico affidato alla gestione privata almeno in larga misura; tutti però invociamo misure e provvidenze pubbliche per sanare la gestione privata. Noi riteniamo che insieme a queste provvidenze che potranno essere adottate, sarebbe opportuno che i comitati di redazione, cioè i giornalisti, venissero investiti di funzioni di controllo sull'uso di queste provvidenze; potrebbe essere una garanzia per il corretto uso del denaro pubblico.

E fuori di dubbio poi che la gestione dell'informazione non deve essere affidata soltanto alla proprietà, ma anche ad organismi rappresentativi dei giornalisti.

Per quanto riguarda poi la crisi della stampa non si tratta di un problema italiano, ma di un problema che investe tutti i paesi del mondo occidentale, se mai da noi si hanno aspetti di particolare gravità. Si tratta del problema di caduta delle grandi testate nazionali e di lievitazione e sviluppo delle testate provinciali; naturalmente occorre incoraggiare lo sviluppo e la diffusione dei giornali regionali.

**PRESIDENTE.** La ringrazio per il contributo che ha portato ai lavori della nostra Commissione.

#### AUDIZIONE DEI RAPPRESENTANTI DEI COMITATI DI REDAZIONE.

**PRESIDENTE.** A nome della Commissione ringrazio i partecipanti per aver accolto l'invito loro rivolto.

Vi saremmo grati se poteste illustrarci il vostro pensiero sulla attuale situazione e in particolar modo sui problemi che ri-

guardano la collaborazione tra direttore e comitato di redazione.

**GIORGIANNI, Rappresentante del comitato di redazione de « La Notte ».** In merito ai rapporti fra i comitati di redazione ed i direttori, credo che non ci si possa esprimere, poiché nelle varie redazioni vi possono essere casi diversi e ciò lo posso affermare con una certa esperienza. Esiste, invece, un fenomeno di carattere generale che è previsto dagli articoli 6 e 34 del contratto di lavoro (è nota al riguardo la posizione della federazione della stampa) secondo cui i comitati di redazione chiedono un maggiore apporto dei corpi redazionali alle scelte che vengono fatte in sede politica, soprattutto dai direttori e pertanto un maggiore potere di controllo dell'informazione. In questo modo si dà un contenuto a quelle forme già previste nel contratto di lavoro che secondo alcuni comitati di redazione andrebbero sganciate da questo per costituire una normativa *ad hoc* limitata, cioè, ai poteri dei direttori e dei comitati di redazione.

**BASSETTI, Rappresentante del comitato di redazione di « Paese Sera ».** Sono d'accordo con il collega Giorgianni, anche se per quanto riguarda il quotidiano *Paese Sera* vi è una particolarità che desidero sottolineare, e cioè l'esistenza di un accordo integrativo, firmato dal comitato di redazione e dall'editore, che risale a circa due anni fa e che regola i rapporti interni ed aziendali in modo preciso vincolando la direzione del quotidiano e l'editore a consultare preventivamente il comitato di redazione per tutti quegli atti che riguardano la vita del giornale sia sul piano della tutela e dell'inquadramento degli organici sia delle iniziative editoriali nel campo giornalistico.

Ciò consente di partecipare in modo reale alla direzione dell'azienda, perché quando il comitato di redazione ha la possibilità di discutere preventivamente assunzioni, promozioni e licenziamenti evidentemente diventa parte direttiva dell'azienda stessa.

È tanto vero questo che proprio in questi mesi di crisi drammatica, e che ha assunto tali dimensioni da portare sull'orlo della chiusura numerose testate italiane che come la nostra non hanno la possibilità di usufruire di finanziamenti diversi

dalla pubblicità e dall'incremento della vendita (fonti normali di finanziamento dei giornali), insieme all'editore stiamo toccando con mano e gestendo con molta preoccupazione questa crisi.

Proprio per queste ragioni, nel ringraziare la Commissione per l'invito che ci ha rivolto, a nome del corpo redazionale raccomandando alla Commissione di concludere i propri lavori con la massima sollecitudine possibile sperando che da questa conclusione venga un contributo decisivo per la soluzione della crisi.

Se l'attuale situazione si potrà per altri due o tre mesi, i provvedimenti presi andranno a beneficio di pochi gruppi editoriali che hanno la possibilità di sopprimere all'attuale crisi. Pertanto occorre prendere dei provvedimenti con estrema urgenza per evitare il collasso di numerose aziende giornalistiche. Fra questi provvedimenti ve ne sono due da considerarsi prioritari, su cui si è pronunciata l'assemblea redazionale convocata nei giorni scorsi: l'adeguamento del prezzo del giornale ai costi reali ed il controllo del prezzo della carta.

Infatti non possiamo assolutamente pensare di poter risolvere la crisi del quotidiano aumentando soltanto il prezzo del giornale. L'economia italiana è tale (ma ormai anche quella mondiale) per cui anche il maggiore valore del prezzo del giornale sarebbe riassorbito nell'arco di un tempo abbastanza breve se non venisse sostenuto da un controllo dei costi delle materie prime.

Desidero, altresì, sottolineare che l'intervento del Parlamento o del Governo a sostegno dell'editoria deve essere vincolato ad un elemento molto preciso, e cioè alla possibilità della redazione di partecipare alla gestione dell'informazione e pertanto alla direzione dell'azienda come controllo democratico di quei settori che sono impegnati alla gestione della stampa. Questo discorso riguarda evidentemente la possibilità - come ha sottolineato poc'anzi il collega Giorgianni - di addivenire ad una diversa formulazione degli articoli 6 e 34 del contratto di lavoro anche mediante accordi integrativi che consentano questo tipo di partecipazione.

**PRESIDENTE.** Secondo la sua valutazione quale sarebbe il prezzo equo che potrebbe consentire, unitamente alle provvidenze sulla carta, la possibilità di raggiungere l'equilibrio nell'azienda giornalistica?

**BASSETTI, Rappresentante del comitato di redazione di «Paese Sera».** Se dovessi parlare di prezzo in assoluto, cioè di adeguare il prezzo del giornale al livello attuale dei costi, credo che andrebbe da 130 a 150 lire, ma, ripeto, non è questo il discorso che ci deve preoccupare in maggior misura quanto quello che ad un eventuale adeguamento del prezzo corrispondano altre misure che consentano la remunerazione di questo prezzo in una prospettiva abbastanza lontana. Questo perché non vorrei che portando il prezzo a 150 lire nell'arco di sei mesi dicessimo che vi è una crisi drammatica per l'aumento del costo delle materie prime e di produzione. Come si può rilevare il circolo è vizioso. L'aumento del prezzo deve essere accompagnato da altre misure di controllo e di contenimento dei costi di produzione.

**COLUMBA, Rappresentante del comitato di redazione de «Il Giornale d'Italia».** Concordo con i colleghi nel ritenere che non è possibile schematizzare la situazione del giornale tipo, perché ogni giornale ha situazioni assolutamente anomale e diverse le une dalle altre.

In merito ai rapporti fra la redazione ed il direttore, ritengo che occorre battersi per ottenere un'applicazione generalizzata degli articoli 6 e 34 proprio perché le situazioni diverse fra giornale e giornale rendono estremamente vaga l'applicazione di quei temi che sono previsti nell'attuale contratto, ma che dovrebbero essere sanciti con il carattere dell'obbligatorietà. Ciò perché ogni redazione ha dei rapporti personali con il proprio direttore, ma non vi è nessuna assicurazione che questi rapporti amichevoli e di collaborazione si possano protrarre con il cambiamento del direttore o del proprietario; mentre le redazioni avrebbero tutto l'interesse a poter effettuare una forma di controllo che dovrebbe svolgersi non in modo assoluto, ma in collaborazione, con l'applicazione di un lavoro di *équipe*.

In questa occasione vorrei preannunciare che la redazione del *Giornale d'Italia* sta preparando un documento della sua vita nel gruppo editoriale Monti, da cinque anni a questa parte, che rappresenta una testimonianza interessante per la Commissione e per tutti i giornali di come un giornale di media dimensione possa vivere e sopravvivere in una catena collegata con giornali di diversa grandezza e importanza.

MARTINI, *Rappresentante del comitato di redazione de « Il Lavoro Nuovo »*. Nel nostro giornale i rapporti col direttore sono tutti improntati ad una reciproca collaborazione e sotto tale profilo non abbiamo preoccupazioni. Le preoccupazioni sono rappresentate dal problema della sopravvivenza dei giornali in questo momento che minacciano di cadere uno dopo l'altro per la situazione assolutamente insostenibile. L'aumento del prezzo del giornale a 120 lire non risolverebbe, a mio avviso, il problema, ma lo aggraverebbe; significherebbe un resto di tre caramelle, con conseguente irritazione da parte del lettore; significherebbe un resto di tre caramelle, con conseguente irritazione da parte del lettore; significherebbe un danno per i giornali della sera, che scomparirebbero perché non si acquisterebbero più due quotidiani. Non si risolverebbe cioè il problema di fondo, che per me è quello prospettato in vari studi e proposte di dare cioè la carta gratuita per le prime otto pagine, e dare con rapidità tutte le agevolazioni possibili e immaginabili. La situazione è critica, i costi sono tutti aumentati e le aziende non riescono più a tenere il passo.

CARBONE, *Rappresentante del comitato di redazione de « L'Ora »*. Per quanto riguarda il problema dei rapporti tra redazione e direzione del giornale, il mio discorso è analogo a quello di Bassetti. Anche noi abbiamo realizzato all'interno dell'azienda un accordo integrativo che ci pone oggi nelle stesse condizioni in cui si trovano i colleghi di *Paese Sera*, a dover gestire questa grossa crisi che si è abbattuta sulla stampa. Cerchiamo quindi anche noi di studiare possibili soluzioni a questa crisi, intanto con provvedimenti che debbono essere urgentissimi e immediati, perché si rischia diversamente di varare provvidenze quando ormai sarà troppo tardi. La prima provvidenza di urgenza è quella del prezzo politico della carta, che si può concretizzare con le otto pagine gratuite e con un prezzo politico per il resto della carta; un prezzo che sia certo per una azienda, in modo che possa programmare la sua parte finanziaria sapendo esattamente all'inizio dell'anno quali costi dovrà sopportare.

Evidentemente una iniziativa di questo genere deve essere strettamente collegata alla revisione degli articoli 6 e 34 in modo

che vi sia praticamente un controllo interno, perché diversamente si potrebbe rischiare di favorire una serie di iniziative un po' avventurose.

Non concordo con quanti ritengono che il prezzo del giornale debba restare bloccato. Bisognerà aumentare il prezzo, tenendo conto delle eventuali provvidenze che dovessero arrivare in modo tale che comunque si possa arrivare a una gestione economica dell'azienda. Come rappresentante di un comitato di redazione di un piccolo giornale di provincia sono particolarmente sensibile alla sopravvivenza delle piccole testate, che sono le più minacciate.

OLIVI. Quante copie fa il suo giornale?

CARBONE, *Rappresentante del comitato di redazione de « L'Ora »*. A questa domanda non sono in grado di rispondere. Comunque ha una tiratura abbastanza limitata.

Ritengo che nell'elaborare queste provvidenze si debba cercare di favorire con dei criteri selettivi le piccole e medie testate. C'è un altro tipo di provvidenze indispensabili: diminuzione dei costi delle imprese fiscalizzazione degli oneri sociali, riduzione delle tariffe. Noi ci troviamo all'estremo margine dell'Italia e dobbiamo quindi importare la carta dalla Sardegna: dobbiamo pertanto sopportare dei costi aggiuntivi rispetto a quelli sopportati da altri quotidiani che possono rifornirsi invece presso fonti vicine. Un'altra misura potrebbe essere quindi quella di far sì che il prezzo della materia prima sia uguale per tutti i giornali.

SELVAGGIO, *Rappresentante del comitato di redazione de « Il Corriere del Giorno »*. Per quanto riguarda i rapporti tra redazione e direzione, vorrei dire che, nel nostro giornale, essi sono giornalieri e comunque risultano facilitati a mio avviso dal fatto che la nostra azienda è piuttosto piccola: noi non potremmo andare avanti senza consultarci continuamente, e non per prendere ordini o direttive, ma perché alcune volte noi viviamo 22 ore su 24 all'interno dell'azienda. Mi rendo conto invece che testate più grandi possano presentare notevoli problemi sotto questo profilo: ben venga quindi un rafforzamento dell'articolo che prevede, per la redazione

in particolare, la libertà, la scelta politica. Mi sembra poi giusto il provvedimento relativo alla fornitura delle otto pagine gratuite per i quotidiani che arrivino alle 50 mila copie, anche se probabilmente non risolverebbe molto. Dobbiamo inoltre tener presente che sul costo di un giornale piccolo incidono molto le spese di spedizione che dovrebbero essere ridotte, cercando di favorire al massimo le comunicazioni. I piccoli giornali, poi, in questo settore, dovrebbero essere agevolati tramite la concessione di tariffe ridotte, così come potrebbero essere ridotte le tariffe telefoniche. Concludendo, quindi, auspico che questi provvedimenti vengano assunti al più presto perché dobbiamo garantire la sopravvivenza delle testate per la democraticità dell'informazione.

MONDINI, *Rappresentante del comitato di redazione de « Il Giornale di Brescia »*. Il problema dei rapporti tra redazione e direzione è diverso da testata a testata: noi riteniamo in proposito che debba essere sancita l'obbligatorietà delle consultazioni e che il parere del comitato debba essere vincolante. Per quanto riguarda poi il problema specifico alla crisi di cui stiamo discutendo, io credo che l'aumento dei prezzi possa essere pericoloso e non so se sia proponibile un prezzo legato al numero delle pagine. In merito alle altre provvidenze, e cioè fiscalizzazione degli oneri sociali, diminuzione delle tariffe eccetera, io sono d'accordo e penso che potrebbero essere proposti altri provvedimenti di questo tipo. Infine, in relazione ai rapporti tra stampa e televisione, io sono del parere che, per salvaguardare la libertà di stampa, sia necessario evitare lo strapotere della televisione.

MELIS, *Rappresentante del comitato di redazione de « L'Unione Sarda »*. I due momenti della democratizzazione del giornale e della gestione economica sono collegati. Cioè, la prima sarà resa più facile nel momento in cui la redazione avrà qualcosa da far pesare sul bilancio di questo tipo di richieste. La riforma dell'informazione e le provvidenze pubbliche debbono essere collegate. Per quanto riguarda i rapporti tra redazione e direzione, debbo dire che nel nostro giornale essi sono buoni: noi siamo comunque del parere che occorra rafforzare la posizione del direttore non tanto nei confronti della redazione, quanto soprallul-

to nei riguardi dell'editore, sottraendolo, nella misura più ampia possibile, a qualsiasi forma di dipendenza da quest'ultimo.

Il processo di democratizzazione interna sarà ovviamente facilitato dalla serenità economica del giornale e ciò rende quindi evidente la necessità di adottare provvedimenti urgenti (che saranno seguiti da provvedimenti di consolidamento) per evitare che la crisi si estenda e possa provocare la morte di altre testate. Non credo poi che il prezzo dei giornali, tenendo conto del blocco dei prezzi per tanti prodotti industriali, debba essere escluso da questo, nel momento in cui assolve un servizio pubblico importante. Dobbiamo tenere inoltre presente il grave problema del costo della carta: sono d'accordo per la gratuità delle prime otto pagine, però mi pare sia anche da risolvere il problema della carta che non è soltanto di prezzi, ma anche di disponibilità del prodotto. Infatti, si è creata una situazione particolare che ci ha fatto pensare non solo ad una carenza di materia prima, ma anche a certi fatti che si sono verificati nel settore dei generi di prima necessità. Oltretutto, questa è una situazione che danneggia enormemente i giornali; posso citare il caso del mio giornale, che è stato costretto ad una drastica riduzione in un periodo di netta espansione, con danni non facilmente misurabili, perché certe perdite non si possono riguadagnare in futuro, in un mercato così scarsamente ricettivo com'è quello italiano. Bisogna quindi accertare se la disponibilità della carta sia o meno collegata a fenomeni di imboscamento.

Quanto alle misure successive, ci riconosciamo in quei documenti che sono stati votati dalla conferenza dei comitati di redazione, ed in tutte le richieste che sono state fatte di intervento pubblico circa le tariffe postali ed i trasporti, ma ci teniamo a dire che l'eventuale concessione di provvidenze successive ai giornali dev'essere selettiva e guidata, e deve procedere di pari passo con l'effettiva riforma dell'informazione, con un'effettiva partecipazione dei comitati di redazione alla gestione dei giornali, istituendo dei meccanismi che consentano di concedere queste provvidenze unicamente a quei giornali in cui vengano rispettate, attraverso condizioni anche da formulare, tutte le garanzie che sono ritenute indispensabili per una corretta informazione pubblica.

**PRESIDENTE.** Chiediamo anche a lei, dottor Isozio, quali sono i rapporti tra il comitato di redazione ed il direttore del giornale, e cosa pensa lei della crisi dell'editoria giornalistica e dei modi per poterla risolvere.

**ISOZIO, Rappresentante del comitato di redazione de « Il Telegrafo ».** I rapporti tra il comitato di redazione ed il direttore nel nostro giornale sono ottimi, soprattutto perché la crisi in cui versa il nostro giornale ha acuitizzato la sensibilità. La vertenza de *Il Telegrafo* è tipica, e sta in testa alla denuncia pervenuta al vertice ministeriale sulla crisi dei giornali italiani. Resta ovviamente il problema di dare una migliore regolamentazione a questo rapporto.

Per quanto riguarda la risoluzione della crisi che travaglia l'editoria giornalistica, io penso che bisogna partire dal problema della fornitura della carta. In sostanza il Governo deve avvertire la necessità di impedire che chi ha il potere dell'informazione, abbia anche il monopolio della carta, perché altrimenti si può correre il rischio di tutelare la libertà di stampa, ma di non dare poi la concreta possibilità di stampare.

Portare il prezzo del giornale a 150 lire per i piccoli e medi giornali non costituisce una soluzione ottimale. A parte il fatto che ritoccare il prezzo del giornale non è l'unica soluzione da prendere, 150 lire secondo noi sono troppe.

Altri provvedimenti da prendere potrebbero essere costituiti da agevolazioni fiscali e tariffarie. Ma soprattutto il punto nodale mi sembra sia la liberalizzazione dei punti di vendita: con una vendita libera dei giornali, così come si pratica in tutti i paesi civili del mondo, si potrebbero in gran parte risolvere i problemi dell'editoria giornalistica.

**PRESIDENTE.** Vuol esporci, dottor Magri, qual è la situazione interna esistente al suo giornale, e come lei penserebbe di risolvere i problemi che si trova ad affrontare oggi l'editoria giornalistica?

**MAGRI, Rappresentante del comitato di redazione di « Espresso sera ».** Io sono rappresentante di un piccolissimo giornale: posso comunque dire che il problema principale che io penso si debba risolvere è

quello della massima urgenza con cui il Governo, se intende agevolare l'editoria giornalistica, deve prendere dei provvedimenti, perché altrimenti rischierebbe di arrivare troppo tardi. Specialmente le piccole testate, come la mia, hanno infatti una spada di Damocle continuamente sulla testa. Il provvedimento più immediato e più incisivo sarebbe costituito dalle otto pagine da dare gratis, però esso dovrebbe essere collegato al problema degli organici redazionali. Ci vorrebbe un controllo sugli organici dei giornali, e fare in modo che un provvedimento del genere non tornasse tutto ad esclusivo vantaggio dell'editore, ma anche dei giornalisti, per le possibilità di lavoro e di informazione.

Per quanto riguarda il prezzo del giornale, come esponente di un giornale della sera, devo dire che giudico dannoso, più che improduttivo, l'aumento di tale prezzo fino a 150 lire: nessuno infatti si adatterebbe a sostenere la spesa di un secondo giornale, spendendo quindi 300 lire al giorno. Ma imponendo un prezzo politico per la carta, e fornendo le otto pagine gratis io ritengo si risolverebbe la maggior parte dei problemi.

**BAGHINO.** Intanto, a proposito del problema della carta, devo ricordare che il prezzo della carta è ancora bloccato, tramite l'Ente cellulosa. Esistono però delle minacce di aumento del costo della carta, un pericolo di carenza di carta, dal momento che non si ottempera alle consegne delle assegnazioni già stabilite per cui — qualcuno lo ha anche accennato — vi è più speculazione che preoccupazione di fornire la carta ai giornali. L'editore che riceveva prima il sovrapprezzo di 30 lire dovrebbe continuare a riceverlo, perché anche se con il 31 dicembre sono scaduti i termini della concessione, non è stato denunciato l'annullamento di tale concessione da parte dell'Ente cellulosa.

Desidero ora fare una domanda. Il rappresentante del comitato di redazione de *La Notte* di Milano ad un certo punto ha auspicato un maggior controllo delle scelte politiche del direttore da parte dei comitati di redazione. Io avrei bisogno che mi spiegasse come dovrebbe concretarsi questo controllo. Se questo controllo si dovesse esplicare con manifestazioni assembleari, si correrebbe il rischio, fatalmente, di avere una maggioranza che imporrebbe (ove ci fosse

una norma fissata per legge) delle scelte politiche: e la minoranza che cosa dovrebbe fare? Cioè quello che il comitato di redazione non vuole che possa fare il direttore, per proprio conto, lo farebbe l'assemblea per conto di coloro che non sono i rappresentanti di tutti, ma soltanto della maggioranza e, quindi, siccome vi possono essere dei temi di questo genere, una spiegazione servirebbe a noi legislatori onde individuare che cosa possiamo fare per non commettere ingiustizie.

Inoltre, gradirei dal rappresentante del comitato di redazione di *Paese Sera* - problema peraltro confermato dal rappresentante de *L'Ora*; data la connessione era chiaro che l'accordo integrativo fosse simile - una spiegazione su quanto da lui affermato, e cioè che stanno gestendo la crisi. Con quale partecipazione? Gestire la crisi significa essere nel vivo delle sorti del giornale, vuol dire avere delle possibilità decisionali circa tutte quelle correzioni che possono avere del valore per eliminare i fattori negativi della crisi stessa?

Un'ulteriore domanda, sempre al rappresentante del comitato di redazione di *Paese Sera*: dal momento che sono nel vivo della questione, vorrei conoscere se prima di questo momento il giornale era in attivo, oppure in pari, o addirittura in crisi; e se un passivo vi è stato, chi ha ripianato questo passivo?

OLIVI. Le mie domande si ricollegano a quelle del collega Baghino. Vorrei chiedere al rappresentante del comitato di redazione de *La Notte*, il quale ha detto che uno dei punti focali per i quali occorre una regolamentazione, è quello che riguarda i poteri del direttore e i rapporti fra questi e il comitato di redazione. Il rappresentante di questo giornale dice anche che questa regolamentazione non dovrebbe avvenire attraverso un accordo sindacale, bensì attraverso una normativa di legge.

Innanzitutto, vorrei sapere perché si chiede questo ausilio della legge cui si delega questa prospettiva di regolamentazione, peraltro, penso, limitata. Inoltre, come è vista - non mi sembra che questo sia risultato - questa normativa nei rapporti fra direttore e comitato di redazione? Forse con la prescrizione di una consultazione più o meno larga, periodica? Si tratta, evidentemente, di un rapporto che non ho

capito come venga auspicato dal nostro ospite. Ma, siccome in questo si è inserito un altro a proposito dell'intervento dello Stato, mi domando: venga l'intervento dello Stato purché esso sia condizionato alla gestione dell'informazione da parte del comitato di redazione.

Sappiamo che, in generale, si gestisce a tre livelli: quello economico, quello del personale e quello dell'informazione. Ed allora, questo vincolo dell'intervento dello Stato dovrebbe essere indirizzato alla gestione dell'informazione? O dovrebbe essere il comitato di redazione a farlo?

GIORGIANNI, *Rappresentante del comitato di redazione de «La Notte»*. Una premessa di carattere personale che può servire a chiarire i rapporti con la direzione. Oltre che componente del comitato di redazione, eletto con un 70 per cento di voti, sono redattore-capo del giornale: quindi, vi è un dialogo apertissimo con il direttore.

Fatta questa premessa, dico che noi non chiediamo un regime assembleare per gestire noi il giornale, ma soltanto quegli strumenti che sono stabiliti nel contratto di lavoro all'articolo 34, circa i poteri del comitato di redazione. Vi sono delle norme che prevedono delle consultazioni periodiche con il comitato di redazione, con l'espressione di un parere non vincolante del comitato stesso. Quindi, niente gestione assembleare. Gli articoli 6 e 34 del contratto sono stati finora delle spine nel fianco e vengono poste sulla bilancia assieme a delle rivendicazioni di carattere economico. Ecco perché qualche volta si cede da una parte, e ci si irrigidisce dall'altra.

Noi chiediamo soltanto lo sganciamento di queste norme dal contratto, trovando un'altra forma di trattativa che non sia quella attuale, e per la quale ogni due anni avviene uno scontro.

Vorrei aggiungere, per quanto riguarda la liberalizzazione del prezzo, che se questo si lascia libero si corre il rischio di uccidere i piccoli giornali; ma anche se si lascia vincolato, si corre il rischio di vedere dei personaggi gettare avanti dei grossi fondi e richiedere, naturalmente, qualche cosa in cambio. Per quanto riguarda le previdenze, dobbiamo stare molto attenti a chi vengono date; non bisogna certo stimolare degli avventurieri.

Prima di dare provvidenze: sgravi e facilitazioni per i servizi postali, telefonici e per i trasporti, la legge deve garantirsi che le aziende che godono delle provvidenze siano in perfetta regola con le norme - che ancora non esistono -. È paradossale che oggi non esista un organico preciso di un giornale. Ho svolto una indagine per conto dell'associazione sindacale dei giornalisti presso un piccolo giornale in cui lavoravano solo 2 professionisti e 2 praticanti: un vero sfruttamento del lavoratore e ognuno potrebbe citare casi come questo.

Quanto alla liberalizzazione dei punti di vendita, i giornali del pomeriggio hanno un arco di vendita più limitato di quelli del mattino perché alle 7 di sera le edicole chiudono e ci sono solo 3 ore di vendita a disposizione, contro le 8 o 10 ore dei giornali del mattino. Si può arrivare alla liberalizzazione dei punti di vendita? Sì, perché esistono commissioni paritetiche fra edicolanti ed editori. È un problema grave che può essere regolato dal legislatore dando più spazio di notizie ai giornali del pomeriggio. In quasi tutti i paesi i giornali del mattino hanno un orario preciso di chiusura e l'Italia è l'unico paese o quasi in cui i giornali del mattino possono chiudere anche alle 7 e una parte dell'informazione resta di categoria B.

BASSETTI, *Rappresentante del comitato di redazione di «Paese Sera»*. Ringrazio l'onorevole Baghino che consente di chiarire il discorso. Che cosa significa gestire la crisi? L'applicazione dell'accordo integrativo che abbiamo sottoscritto tre anni fa e che garantisce la partecipazione alla discussione di tutte le iniziative riguardanti la vita aziendale, proiettata all'interno ed all'esterno. Abbiamo possibilità di decisione? Sì, e stiamo discutendo questo tipo di supplemento di redazione. Abbiamo anche responsabilità negative: quella di rinunciare all'applicazione di una parte del contratto, responsabilmente, in relazione agli oneri dell'azienda. Che cosa significa la crisi attuale? Che prima il giornale era in attivo? Credo che la risposta migliore sia dire che respingiamo l'ipotesi di una gestione assembleare. Noi deleghiamo gli organismi sindacali a partecipare alla gestione del giornale senza obblighi di rendiconto all'assemblea di redazione di tutti gli atti. Vi è invece obbligo di far partecipare l'assemblea alle grandi iniziative del giornale. Ma ab-

biamo sollecitato nell'ambito della federazione stampa e della federazione editori una misura molto semplice: l'ancoraggio delle provvidenze statali alla pubblicazione dei bilanci. Questo significa un controllo democratico, anche per sottolineare il valore del discorso delle 8 pagine gratuite, che non deve favorire la speculazione editoriale e deve essere ancorato a precise garanzie contrattuali. Solo se si rispettano il contratto e la partecipazione aziendale si possono dare provvidenze.

BAGHINO. Questo controllo si dovrebbe effettuare soprattutto *a posteriori*.

BASSETTI, *Rappresentante del comitato di redazione di «Paese Sera»*. Sì.

MELIS, *Rappresentante del comitato di redazione de «L'Unione Sarda»*. Circa la riforma della informazione direi che la crisi della stampa quotidiana ha origine dalla scarsa lettura, e quindi per una riforma dell'informazione devono essere privilegiate le ragioni del lettore rispetto a quelle del potere economico e politico all'interno del giornale.

L'onorevole Olivi parlava dei meccanismi cui pensiamo debbano essere subordinate le concessioni di provvidenze. Certo non sono i comitati di redazione che possono dare un giudizio, ma ritengo che debba essere un organismo collegiale in cui siano rappresentati i comitati di redazione, i sindacati dei poligrafici, la proprietà, e con un rappresentante del potere politico con una funzione di ricognizione delle ragioni da indicare per la concessione o meno delle provvidenze. L'onorevole Baghino sa che la distorsione delle notizie dipende da ragioni note a tutti e parlava di un rafforzamento della posizione (non del potere) del direttore richiamando la sua appartenenza alla categoria dei giornalisti e svincolandolo dalla proprietà per portare avanti l'informazione obiettiva.

COLUMBA, *Rappresentante del comitato di redazione de «Il Giornale d'Italia»*. Provvidenze ed aiuti sono palliativi, e fondamentale credo che sia riconoscere all'informazione il carattere di servizio di interesse sociale. Si potrebbe includere questa dizione nella Costituzione perché il diritto alla stampa democratica e libera non è sancito.

Per quanto riguarda la questione sollevata, a parte sei o sette grossi giornali, per gli altri è difficilmente catalogabile la tiratura in quanto i parametri di diffusione subiscono diverse influenze. Ricollegandomi a quanto detto dal collega dell'*Ora* ripeto che la tiratura è difficilmente accertabile, così come il gettito tributario; concordo con il collega Bassetti sul fatto che sarebbe necessario pubblicare i bilanci dei giornali.

MALAGUGINI. Desidero sapere se nell'esercizio della loro professione si sono imbattuti in condizionamenti alla loro attività per quanto riguarda la verità, la completezza, l'obiettività dei fatti oggetto dell'informazione. Inoltre, se questi condizionamenti vengono normalmente dal direttore del giornale, dalla proprietà o da altre fonti esterne.

Il problema della libertà dell'informazione comprende anche l'accessibilità delle fonti; sotto questo profilo vorrei sapere se vi è una disponibilità uguale per tutti i giornalisti circa la fornitura delle notizie. Sempre nell'ambito di questa domanda vorrei sapere l'influenza che è esercitata dalle agenzie sul modo con cui sono trasmesse le informazioni.

COLUMBA, *Rappresentante del comitato di redazione de «Il Giornale d'Italia»*. I condizionamenti sono di diversa specie, ad alcuni dei quali noi stessi ci sottoponiamo. Un condizionamento che potrebbe essere tipico è quello derivante dalla concentrazione delle fonti di pubblicità; per esempio il mio giornale fa parte di una catena editoriale abbastanza ampia che influisce sulle prospettive di sviluppo pubblicitarie.

GIORGIANNI, *Rappresentante del comitato di redazione de «La Notte»*. Non mi sento di dire che i condizionamenti vengono solo dal direttore o dalla proprietà; anzi il mio direttore ha offerto alla redazione uno spazio per tutto quello che ognuno vuole esprimere.

Invece mi sono imbattuto in casi di autocondizionamento degli stessi giornalisti che per loro natura o per loro tendenza scrivono le notizie in un modo piuttosto che in un altro. Per quanto riguarda l'accesso alle fonti di informazione qualche limitazione c'è anche perché i giornalisti che scrivono in certi giornali hanno l'etichetta di questi giornali.

Per quanto riguarda le agenzie di informazione in Italia il problema è molto vasto, per ogni persona esiste una agenzia di informazioni o quasi.

BASSETTI, *Rappresentante del comitato di redazione di «Paese Sera»*. La domanda mi offre l'occasione di intervenire oltre che come rappresentante del comitato di redazione anche come vicepresidente dell'unione nazionale cronisti. Debbo dire che la domanda si ricollega ad una realtà abbastanza seria e drammatica per il lavoro del giornalista e per l'obiettività dell'informazione. Come sindacato cronisti siamo stati interpellati più volte da alcuni colleghi che avevano visto stravolti i propri servizi e cioè avevano visto pubblicato notizie diverse da quelle da loro scritte; tant'è vero che proprio i cronisti si sono fatti promotori, nell'ultimo rinnovo contrattuale, della richiesta di porre fra i poteri del comitato di redazione anche quello del controllo dell'obiettività dell'informazione. Questa richiesta è stata accolta, però da questo accoglimento all'applicazione la strada da percorrere è ancora molta, tant'è vero che nel recente congresso dell'Unione nazionale dei cronisti è stata proposta con vigore la necessità di allargare i poteri dei comitati di redazione intervenendo a tutelare e difendere la libertà di stampa con l'obiettività dell'informazione.

Per quanto riguarda l'accesso alle fonti di informazione, desidero rilevare che vi sono notizie estremamente delicate che ci costringono ad intervenire quasi quotidianamente a livello di enti pubblici per chiedere il rispetto dell'uguaglianza di trattamento per tutti i giornalisti, soprattutto quando si trova ad operare nel campo di azione del giornalista la radiotelevisione. Vi è un favoritismo nei confronti del collega della radiotelevisione e ciò danneggia l'attività e la dignità professionale del giornalista. Per esempio il cronista può entrare solo nel pronto soccorso, ma non nelle corsie, mentre la RAI-TV vi può entrare e viene accompagnata anche dalla polizia.

Ciò accade anche nel trattamento usato nei confronti dei rappresentanti dei diversi giornali. Questo dipende, però, dal funzionario cui ci si rivolge e che può avere simpatia per quel giornale o per quel cronista.

Il discorso sulle agenzie di informazione è altrettanto serio e preoccupante. Infatti la



notizia che arriva per mezzo dell'agenzia, soprattutto per i giornali della sera, è praticamente incontrollabile e per l'esigenza di uscire immediatamente con la notizia siamo costretti a fare come unico riferimento il *flash* di agenzia. Ciò è ancora più grave quando si tratta di agenzie straniere alcune delle quali danno delle informazioni così capziose che evitano qualsiasi possibilità di controllo e, dopo aver pubblicato la notizia, siamo costretti a correggerla o a fare una smentita nell'edizione successiva.

BAGHINO. Vorrei sapere se siete dello stesso parere del dottor Martini in ordine all'esigenza di mantenere basso il prezzo politico del giornale.

GIORGIANNI, *Rappresentante del comitato di redazione de « La Notte »*. Non sono d'accordo per i motivi che ho esposto in precedenza.

CARBONE, *Rappresentante del comitato di redazione de « L'Ora »*. In base alla mia esperienza personale devo dire con molta franchezza che non mi sono mai imbattuto in problemi di condizionamento né esterni né di autocondizionamento. Tuttavia mi sono imbattuto in un altro tipo di condizionamento che esiste nelle piccole testate e si riferisce al carico di lavoro. Il giornale per accedere alla fonte di informazione deve essere in grado di discuterla e valutarla con molta serenità ed avere il tempo materiale per effettuare questo tipo di lavoro, mentre nelle piccole testate per il carico di lavoro dovuto all'esiguità degli organici molto spesso non sono in grado di procedere ad una valutazione e pertanto sono oggettivamente condizionato.

MALAGUGINI. Voi dell'*Ora* non avete condizionamenti, ma intimidazioni piuttosto pesanti.

CARBONE, *Rappresentante del comitato di redazione de « L'Ora »*. Non sono condizionamenti interni, ma esterni che abbiamo respinto.

MELIS, *Rappresentante del comitato di redazione de « L'Unione Sarda »*. Sono convinto che tutti i giornalisti italiani che si occupano di fatti di cronaca che hanno ripercussioni esterne subiscono dei condizionamenti. Non credo che esista la libertà

assoluta, perché il direttore che lascia passare tutto, non esiste. Non posso tranquillamente partire da una posizione di assoluto rapporto di collaborazione costruttiva con il direttore e pertanto non è necessario verificare da dove provengono i condizionamenti. Intanto il direttore lo considero nella nostra barca, perché se noi subiamo dei condizionamenti sono gli stessi che sono imposti a lui o che lui si impone.

Il difetto sta nella struttura in cui si continua ad avere una massa di giornalisti alle dipendenze di editori soltanto di nome ed i giornali, come dice Missiroli, continuano ad essere voci passive del bilancio. È la struttura che porta i condizionamenti. Ha poca importanza che vi siano direttori che si impongono con la violenza verbale ed altri che cortesemente dicono che non è possibile fare quello che il giornalista richiede.

In merito all'accesso alle fonti di informazione, occorre rilevare che vi sono delle discriminazioni a favore di giornalisti che fanno opinione e ciò dipende da certe occasioni particolari. Per esempio la RAI-TV può passare dappertutto e riesce ad intervistare le persone che a noi sbattono la porta in faccia.

A determinate cose, però, il potere legislativo potrebbe porre facilmente riparo. Abbiamo cercato di pubblicare l'elenco degli imponibili sulla ex complementare, ma abbiamo constatato che gli uffici d'intendenza di finanza pubblicano questi elenchi per due-tre giorni l'anno senza darne la relativa comunicazione. Questa è una limitazione all'informazione.

Ho la convinzione che nessuna seria riforma dell'informazione in ordine all'obiettività del notiziario nazionale sia possibile se non si sottrae l'agenzia di stampa ad un eccesso di subordinazione nei confronti del potere costituito.

Ad un certo momento per quanto riguarda determinati fatti che investono personaggi pubblici si assiste a delle smentite ufficiali che le stesse agenzie non hanno dato. Vi è anche un antico trucchetto: i giornali hanno un orario di chiusura e le notizie scomode si danno alle due di notte. E infine vi è la sopraffazione quantitativa delle notizie. Spesso chi le trasmette sa già che nessun giornale le utilizzerà, eppure si continua in questa maniera.

Oggettivamente, per una corretta informazione nazionale, è indispensabile una

riforma delle agenzie di stampa, fondamentali per i piccoli giornali che non dispongono di servizi propri, e una parziale affrancazione.

COLUMBA, *Rappresentante del comitato di redazione de « Il Giornale d'Italia »*. Vi è il timore dei grandi condizionamenti, uno dei quali è l'accordo tra grossi editori per ripartire le zone di influenza dei giornali di media importanza. Come in campo commerciale, esiste un accordo per cui i gior-

nali vanno in alcune città solo con una rappresentanza di 100 copie e non hanno disponibilità di diffondersi. È questo un fatto molto pericoloso che si sta verificando in questo ultimo periodo.

PRESIDENTE. Ringrazio tutti i rappresentanti dei comitati di redazione che hanno partecipato alla audizione.

**La seduta termina alle 21,20.**