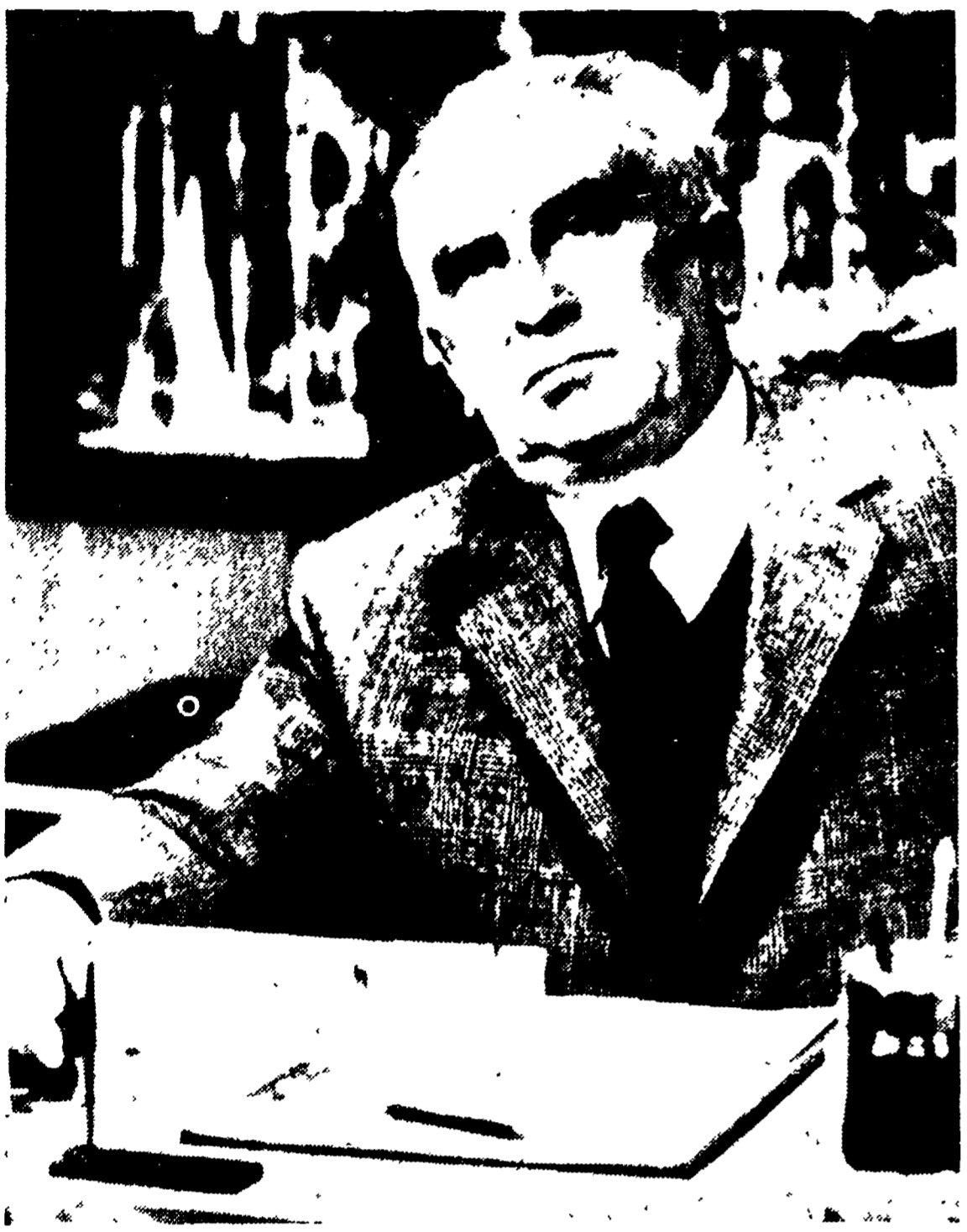


L'appello del compagno Longo

La voce dell'Unità si levi più alta



Si apre oggi la campagna abbonamenti all'Unità per il 1967, una campagna che, assieme alla diffusione organizzata e alla sottoscrizione, rappresenta uno dei sostegni fondamentali per il quotidiano del Partito e che, negli ultimi anni, ha fatto registrare risultati sempre più positivi. Si inizia, quindi, un periodo di forte impegno per tutte le nostre organizzazioni e per gli Amici dell'Unità, con l'obiettivo di ottenere che il già altissimo numero degli abbonamenti aumenti ancora e che altre migliaia di nuovi abbonati si aggiungano ai vecchi.

Ma l'invito che l'Unità rivolge quest'anno ai suoi lettori, ai suoi amici, ai suoi sostenitori perché sottoscrivano l'abbonamento riveste un significato del tutto particolare. L'invito viene infatti espresso in un momento di serie difficoltà per i giornali democratici, di gravi minacce alla libertà di stampa, di accresciuto potere dei monopoli, anche nel settore dei giornali, di interessata acquisizione di sempre più numerosi quotidiani alla politica dell'attuale governo.

La campagna abbonamenti per l'Unità assume pertanto, più che nel

passato, il carattere di un'azione politica che tutto il Partito deve considerare come suo compito primario. Ogni iscritto deve sentirsi partecipe e tutte le Federazioni, le Sezioni, le Cellule, devono dare il massimo di contributo alla campagna, dirigendola, stimolandola, controllandola e via via l'andamento e lo sviluppo.

Rinnovare tutti i vecchi abbonamenti, farne sottoscrivere migliaia di nuovi, possibilmente sostenitori, significa infatti dare più mezzi all'Unità, consentire cioè che la lotta per la libertà di stampa nel nostro Paese consegua, intanto, un risultato di grande valore e interesse generale; far sì che la voce dell'Unità — organo del Partito e unico grande quotidiano nazionale dell'opposizione democratica — si levi sempre più alta in difesa dei diritti dei lavoratori, per la pace e il rinnovamento democratico e socialista dell'Italia.

Le alleanze tra i fabbricanti dell'opinione pubblica

COME CAMBIA DI MANO LA STAMPA ITALIANA

I monopoli e la torta pubblicitaria - Rapporti fra costi e ricavi nell'industria editoriale - Il «Carlinio», la «Nazione» e la Pibigas - L'«Unità» unico giornale dell'opposizione democratica

Da noi i giornali escono di solito in perdita. Nei rari casi in cui il passivo viene coperto, ciò dipende o dai contributi dei lettori degli abbonati e dei sostenitori — come succede per l'Unità — o da quello della pubblicità. Quindici e sedici milioni di lire Rai-Tv e cinema, si spartiscono ogni anno oltre duecento miliardi di pubblicità. Le fette più grosse di questa torta vanno ai giornali e ai «amici» dei comitati della sorte della gran parte dei giornali italiani dipende quindi da due fattori: i diretti dei monopoli o dalla loro pubblicità.

Dietro ogni testata c'è un re del cemento, dello zucchero o del petrolio che ha qualcosa da chiedere al governo. I bilanci dei giornali sono in conseguenza, per di più, un po' segreti. In Italia solo quello dell'Unità è alla portata di tutti: quadra con due miliardi di sottoscrizione che ogni anno vengono raccolti per la stampa comunista. Per gli altri le scritture di bilancio sono omologate. L'unico punto di riferimento è forse il bilancio del più diffuso quotidiano degli Stati Uniti, il New York Times.

L'esame di un bilancio è sempre abbastanza arido. Ma nel caso del quotidiano di New York le cifre sono illuminanti. Esso presenta un utile netto di 50 miliardi di lire in ricavi netti, 40,2 sono dati dalla pubblicità, solo 9,8 dalla vendita. Senza pubblicità anche il più grande giornale statunitense dovrebbe chiudere i battenti. Da noi la situazione è analoga.

PROCESSO DI CONCENTRAZIONE

Il momento è intanto caratterizzato da un processo di concentrazione della stampa nel quale gli interessi economici dei «personeggianti» si intrecciano con quelli editoriali. Anche nella produzione dei giornali occorre riequilibrare il rapporto fra costi e ricavi. Ma l'utile dell'impresa giornalistica è più complesso di quel che risulta dalle cifre. L'utile dal condizionamento dell'opinione pubblica che conta e che la gente finisce col ripetere le opinioni diffuse dal Corriere come se il quotidiano uscisse in una sola copia. Il tutto in un circuito che prima addebita ai consumatori i costi pubblicitari e poi li condiziona come lettori; talvolta in contrasto con i loro interessi reali.

Ciò che stupisce in questo contesto diversi colleghi dei Paesi socialisti è che anche l'Unità abbia un suo rispettabile carico pubblicitario. Talvolta occorre del tempo per spiegarci che la pubblicità non capita per caso sul nostro giornale. Che anche il

più ostinato boicottaggio padronale cade talvolta davanti alla evidenza dei fatti poiché, al di là di ogni possibile controargomentazione, il nostro giornale resta un importante canale pubblicitario per molti prodotti di largo consumo. Anche i nostri lettori usano infatti i detersivi, i tubetti di dentifricio, hanno un frigorifero o l'automobile.

UN ESEMPIO SIGNIFICATIVO

Facciamo un esempio. Qualche anno fa una grande azienda dolciaria ritirò la sua pubblicità sotto Natale. Le colonne dell'Unità furono utilizzate da un gruppo commerciale che si era stabilito in Emilia, in certe zone della Lombardia e in Toscana, e che la vendita dei prodotti della prima società. I dolci o i panettoni non sono prodotti di largo consumo, si dirà; siamo d'accordo, ma gli esempi si potrebbero estendere anche in altri settori.

La spinta pubblicitaria sta-

molta, come dicevamo, il processo di concentrazione della stampa. I giornali della grossa borghesia si fondono e si uniscono. Le testate si fondono per ragioni economiche e politiche. Le ragioni economiche sollecitano, come in altri settori produttivi, l'eliminazione dei doppiati, nei casi quelle politiche una maggiore rispondenza della merce di notizie agli obiettivi che le grosse concentrazioni produttive e finanziarie si propongono. Mentre interi settori dell'economia nazionale si concentrano sotto l'egida dei monopoli nazionali ed esteri, ai giornali viene quindi affidata una missione sempre più difficile e raffinata, per convincere la gente che tutto viene fatto nell'interesse superiore del Paese.

Talvolta capita comunque, come nel caso dei cantieri navali, che intere città come Trieste e Genova respingano i piani governativi e i licenziamenti previsti dai «riformatori» e «modernizzatori». Allora il loro rifiuto e le meduzioni scendono a livello dell'antico munitismo di maniera e si alleano fucile campagnoli che, pur di far «scrivere» i

piani dei monopoli. Per la stampa borghese quel che conta non è infatti la verità, ma la credibilità dei fatti. Conta la ripetizione continua, multiforme e aggiornata dello slogan sull'insostituibilità della iniziativa privata, da tempo soppiantata dai monopoli. Anche per i fabbricanti dell'opinione pubblica si pone, come in altri settori, il problema dei costi. Per risparmiare e razionalizzare in un atto un processo di concentrazione della stampa padronale, che affida ai monopoli i grossi canali di informazione. La concorrenza che queste concentrazioni scatenano è profondamente la libertà di stampa e mette in crisi il settore.

UN «FAVORE A MORO»

Corre voce che la Gazzetta del Popolo di Torino avrebbe un passivo di un miliardo. Il Gazzettino di Venezia e il Mattino di Napoli accusano gravi difficoltà. Il Mondo ha già chiuso i battenti. In questa situazione, importanti testate passano da un giorno all'altro di mano. La Confindustria concentra.

Il quotidiano economico Il Sole è già stato assorbito da 24 Ore. La Notte del «re del cemento» ha ingoiato il Corriere Lombardo. La Stampa passa nel nuovo stabilimento voluto da Valletta associandosi al Times. L'editore Rizzoli rinuncia al lancio del nuovo quotidiano Oggi attendendo che qualche testata afferrata gli cada nel cestino. Il Corriere della Sera riorganizza i suoi servizi in comune con il Messaggero di Roma.

Il caso del Resto del Carlino e della Nazione spiega intanto i metodi che seguono i fabbricanti dell'opinione pubblica. I due quotidiani fanno come è noto capo al più importante gruppo editoriale, il cui controllo è passato recentemente nelle mani del finanziere Attilio Monti. Essi stanno passando dall'opposizione alla «comprensione» nei confronti del centro-sinistra, per «fare un favore a Moro».

Assunto il comando nella holding Te Apiccola e la SPA «L Poligrafica», da cui dipendono i quotidiani gemelli del gruppo zucherero — il finanziere Attilio Monti chiede per il cambiamento del loro indirizzo politico la restituzione di una cauzione sulle bombole del gas liquido. Fra le aziende del ramo c'è anche la Pibigas di Attilio Monti. Come? L'affare?

L'«OPERAZIONE BIDONI»

A colpo d'occhio abbastanza attento. In Italia circolano attualmente bidoni per un valore di 60-70 miliardi. Si calcola che il loro numero sia pari a 30-40 milioni. La cauzione prevista ammonterebbe a 1500 lire per ogni bidone. Su 20 milioni di bidoni verrebbero quindi rastrellati circa 45 miliardi di cauzione. La somma sarebbe trasformata dalle società che trattano gas liquido in Buoni del Tesoro. Nel periodo intercorrente fra l'acquisto della cauzione e il versamento della cifra in Buoni del Tesoro, diverse grosse società potrebbero quindi disporre di una ingente massa di denaro da manovrare.

Il governatore della Banca d'Italia rastrellerebbe poi con la cauzione sui bidoni di gas liquido 45 miliardi in Buoni del Tesoro. I produttori di gas liquido aumenterebbero la velocità di circolazione dei bidoni da due a cinque cariche all'anno. Una montagna di bidoni che ammontavano nei prati rientrerebbero in reddito quale rotame per l'industria siderurgica. Con la cauzione sarebbe ripristinato il controllo periodico dei bidoni che ora esplodono con troppa frequenza nelle case. Il richiedo di segno di legge prevede, fra l'altro, la revisione periodica dei contenitori e assicura la loro manutenzione per evitare altre disgrazie. In complesso si tratta — come abbiamo visto — di una ridda di miliardi.

In cambio del disegno di legge che rende obbligatoria la cauzione per i bidoni, il complesso editoriale cui fanno capo il Carlinio e la Nazione è pronto a modificare l'indirizzo politico dei quotidiani. Il «favore a Moro» ha quindi la sua contropartita. Fatta salva la libertà di stampa, naturalmente.

Marco Marchetti

Un emigrato in Germania

Rischia l'espulsione ma vuole l'Unità

Cosa l'Unità

Da più di cinque anni vivo all'estero (Francia prima, Germania adesso) e quel che più mi pesa è di non sentirmi abbastanza informato su quello che avviene in Italia. Tutto ciò che mi riesce a trovare sono certi rotocalchi che danno, della vita italiana, una visione falsata. Per questo motivo chiedo taglieggiate intorno alle modalità per abbonarmi a te, giornale della mia gioventù.

Non ho mai militato nel Partito comunista italiano, anche se sono sempre stato intimamente unito al Partito e l'ho sempre difeso con passione contro i nemici di noi lavoratori.

Cinque anni di emigrazione (data per motivi personali e non per mancanza di lavoro) mi hanno messo a contatto con quei grandi lavoratori che sono gli italiani del Sud, con le miserie dei quali il nostro governo ama la sua bilancia commerciale, mentre la sua stampa allinea il mito della loro pochezza di lavoro, utile schermo per nascondere la incapaci

del governo ad assicurarsi un lavoro in patria a tutti gli italiani. Questa esperienza, il contatto con gente di altri Paesi, la conoscenza della realtà del mondo dell'iniziativa privata, effettuata di persona e non tramite le varie «Domeniche del Corriere», tentennamenti. Per questo sento che è venuto il momento di «impiegarmi», se così si può dire, e iscrivermi al Partito comunista. È una decisione che ho a lungo meditato e, in un certo senso, sento di dover fare questo passo come un dovere morale. Per questo chiedo di iscrivermi al Partito e di abbonarmi all'Unità, anche se so che così facendo corro il rischio di essere espulso, perché nella Germania occidentale, che non è un Paese democratico, i comunisti e la loro stampa sono fuorilegge.

A molti sembrerà un'idea un po' stupida, ma la verità è che da noi tedeschi esiste ancora, anche se lavora sotto una diversa e tiepida.

(Dalla lettera di un emigrato che ha avuto risposta)

Genova

Un'esperienza sugli abbonamenti di solidarietà

Puntualmente si ripresenta la questione degli abbonamenti. Ma mai come oggi questo problema ha assunto le dimensioni di una questione che la crisi che travaglia l'editoria italiana ha posto in evidenza. Per un quotidiano quale è il nostro, e passato recentemente nelle mani del finanziere Attilio Monti, Essi stanno passando dall'opposizione alla «comprensione» nei confronti del centro-sinistra, per «fare un favore a Moro».

Forme diverse sono state adottate o sperimentate nel passato, anche recente, per acquisire nuovi lettori permanenti, attraverso un legame costante e un'assistenza garantita pienamente. E non solo, l'abbonamento all'Unità e alla stampa periodica di partito è anche visto in funzione di una maggiore penetrazione in ambienti altrimenti difficilmente raggiungibili (locali pubblici, club, circoli, eccetera) e di un permanente colloquio con persone che per le loro particolari condizioni sarebbero altrimenti influenzate solo da gruppi di compagna di informazione, al servizio della maggioranza governativa e della destra economica.

Questo, sommarariamente, le ragioni per cui la cellula della redazione dell'Unità di Genova ha ritenuto di dover tentare un'esperienza di abbonamenti di solidarietà.

Ma, ripetiamo, è una delle molteplici forme che può assumere la nostra iniziativa alla puntuale scadenza annuale in cui si ripropone la questione dei rinnovi e della acquisizione di nuovi abbonati.

all'Unità di cui otto intestati a singole persone o a enti assistenziali.

Attraverso questa forma di abbonamento il giornale del partito giunge, da anni ormai, a cinque personaggi le cui condizioni economiche sono un ostacolo per la acquisto quotidiano dell'Unità. Altri due abbonamenti sono stati intestati ad altrettante case di riposo per vecchi, mentre uno è inviato al laboratorio di San Martino.

Purtroppo non è possibile soddisfare tutte le richieste analoghe che pervengono da più parti, ma la ormai più normale esperienza della cellula della redazione genovese dell'Unità ci pare che abbia dato buoni frutti e che meriti una certa considerazione da parte dei singoli compagni e di gruppi di compagna i quali, attraverso un esame o dell'ambiente in cui operano o di particolari situazioni personali, potrebbero contribuire efficacemente, sottoscrivendo abbonamenti del tipo sopradetto, ad una maggiore diffusione della nostra rete di abbonati.

Ciò, ovviamente, non contraddice le esecutive iniziative quotidiane di ricerca di nuovi abbonati diretti, né di altre forme di penetrazione del nostro giornale in ambienti relativamente estranei al nostro movimento.

L'abbonamento è vantaggioso per il giornale e il lettore

Cosa c'è dietro l'apparente contraddizione - Il linguaggio delle cifre - Una decisione da prendere senza aspettare

Al lettore non sarà sfuggita l'apparente contraddizione che balza agli occhi quando, verso la metà di ogni autunno, l'Unità lancia la campagna di abbonamenti per l'anno nuovo, in parole povere, ci si chiede come sia possibile che con l'abbonamento guadagni contemporaneamente sia il giornale (il quale ottiene forti risparmi in denaro, un omaggio e altri cospicui vantaggi) sia il giornale (il quale in definitiva, realizza un ricavo inferiore a quello dei «denti» e del costo dell'omaggio e delle altre facilitazioni offerte allo abbonato).

È presto dimostrato come non esista una contraddizione. Esaminiamo i due aspetti della questione in termini attuali, cioè nella prospettiva della campagna di abbonamenti per il 1967, cominciando con i vantaggi per chi si abbona.

Nel corso del nuovo anno — salvo imprevedibili contingenze — l'Unità e gli altri quotidiani usciranno 359 giorni (1 sei giorni di mancanza in agosto sono Capodanno, che cade di domenica, il 27 marzo, lunedì dell'Angelo, martedì 2 maggio, mercoledì 16 agosto, lunedì 25 e martedì 26 dicembre).

Chunque sottoscrive da oggi alla fine di novembre un nuovo abbonamento per tutto il 1967, oltre a risparmiare rispetto all'acquisto dell'Unità all'edicola, riceverà il giornale per 13 mesi: infatti ad ogni nuovo abbonato per un anno verrà inviata gratuitamente l'Unità per tutto il

prossimo mese di dicembre. E avrà inoltre in dono il bellissimo libro «La leggenda e le eroiche, allegre e gloriose avventure di Ulenspiegel e di Lamme Goedzak nel Paese delle Fiandre e altrove». Ma ecco, nella tabella i conti esatti.

In sostanza, chi fa l'abbonamento per tutti i giorni spenderà in 13 mesi lire 15.150 anziché lire 19.400, chi si abbona per 6 giorni spenderà lire 13.800 anziché lire 16.650, chi invece desidera abbonarsi soltanto per 5 giorni della settimana spenderà lire 10.850 anziché lire 13.900.

E veniamo ora ai vantaggi (e ai risparmi) che l'abbonamento procura all'Unità. Innanzi tutto va considerato che sulle 50 lire che il lettore versa per acquistare il giornale all'edicola, 10 lire, cioè il 20 per cento, rimangono al rivenditore. Ciò si spiega perché un lettore spende lire 17.950 per acquistare l'Unità per 359 giorni, il rivenditore trattiene come suo legittimo guadagno lire 3.990 (il 20 per cento), mentre l'Unità riceve lire 14.360, cioè di meno della corrispondente tariffa di abbonamento che è appunto di lire 15.150. Offrendo ai nuovi abbonati annuali il giornale gratis per il mese di dicembre, l'Unità rinuncia, solo per un anno, ad un utile netto di 40 lire per 29 giorni, cioè a lire 1.160.

Ma non basta. Vi è da considerare il costo delle copie invendute, cioè la resa. Poiché non è possibile stabilire in anticipo, con esattezza, quante copie verranno vendute giorno per giorno in ogni

edicola (in relazione agli avvenimenti, agli spostamenti della popolazione, alle condizioni del tempo ed alle altre prevedibili e imprevedibili contingenze) occorre inviare ad ogni edicola un quantitativo di copie leggermente superiore ai dati di vendita normalmente registrati (in media, da 2 a 10 copie in più per edicola). In caso contrario non pochi lettori, abituali oppure occasionali, si recano all'edicola troverebbero l'Unità esaurita. Si tratta di migliaia di copie invendute che hanno un costo sulle copie inviate in abbonamento, invece, non c'è resa.

Infine, e da considerare un altro vantaggio per il giornale l'importo di abbonamento viene versato all'Unità

in una sola volta e in anticipo di un anno, mentre il ricavo delle vendite attraverso le edicole affluisce al giornale mese per mese e comunque il mese successivo alle vendite effettuate. Quale vantaggio per il giornale ricevere un versamento globale e anticipato, e facile capire l'Unità come ogni azienda deve poter disporre di denaro liquido. Il denaro del giornale, affluendo direttamente al giornale, e il denaro che resta meno. Con l'abbonamento quindi, si avvantaggia, come si voleva dimostrare, sia il giornale che il lettore.

L'abbonamento rappresenta però qualcosa di più di un semplice vantaggio economico per l'Unità significa ri-

scuotere accresciuti consensi, più larga fiducia, un importantissimo sostegno politico e morale che rafforza e dà più autorevolezza, più prestigio al giornale, vanifica molti abbonati vuoti dire anche dalla prova di efficienza e di vitalità.

L'abbonamento — inoltre — rende più stretto, più personale il legame del lettore con l'Unità. L'abbonato, infatti, riceve una copia stampata e indirizzata espressamente a lui.

Certo, l'abbonamento costa un sacrificio e non è dappertutto il giornale può arrivare di prima mattina all'abbonato, ciò è però già possibile nei grandi centri e di anno in anno ciò si realizza in sempre nuove zone e località, grazie ai servizi auto-

mi di recapito a domicilio dell'Unità e ad altre forme di consegna, esecolte localmente tutta la rete degli ispettori e degli «Amici dell'Unità», infatti, è costantemente impegnata a risolvere i problemi degli arrivi e della consegna a domicilio. Ciò spiega il fatto che di anno in anno, il numero dei nostri abbonati aumenta.

L'abbonamento inoltre è comodo e utile per l'abbonato e per i suoi familiari e il giornale che si presenta puntuale all'appuntamento quotidiano col lettore, al suo domicilio. Chi è già abbonato all'Unità — e lo testimoniano le innumerevoli lettere e manifestazioni di affetto e di simpatia che riceviamo — è orgoglioso di esserlo e, magari a costo di sacrificio, non rinuncia all'abbonamento, rinnova di anno in anno il suo legame con il giornale.

Abbonarsi è semplice e la possibilità di farlo non manca che rivolgendosi agli uffici alla sede comunista, effettuando direttamente il versamento sul modulo di conto corrente postale n. 5531 intestato a l'Unità - Milano per l'edizione dell'Italia settentrionale e sul conto corrente postale n. 25755 indirizzato a l'Unità - Roma, per l'edizione del centro e meridionale dell'Italia centro-meridionale e insulare, sulla base delle tariffe espone nei riquadri.

COSÌ RISPARMIERETE

	Per tutti i giorni della settimana (7 numeri) 359 giorni d'invio	Senza la domenica o il lunedì (6 numeri) 307 giorni d'invio	Senza la domenica o il lunedì (5 numeri) 255 giorni d'invio
Costo del giornale all'edicola	lire 17.950	lire 15.350	lire 12.750
Tariffa d'abbonamento	» 15.150	» 13.000	» 10.850
Risparmio	lire 2.800	lire 2.350	lire 1.900
Dicembre gratis	lire 1.450	lire 1.300	lire 1.150
Risparmio complessivo	lire 4.250	lire 3.650	lire 3.050

IL TUO GIORNALE

NELLA TUA CASA