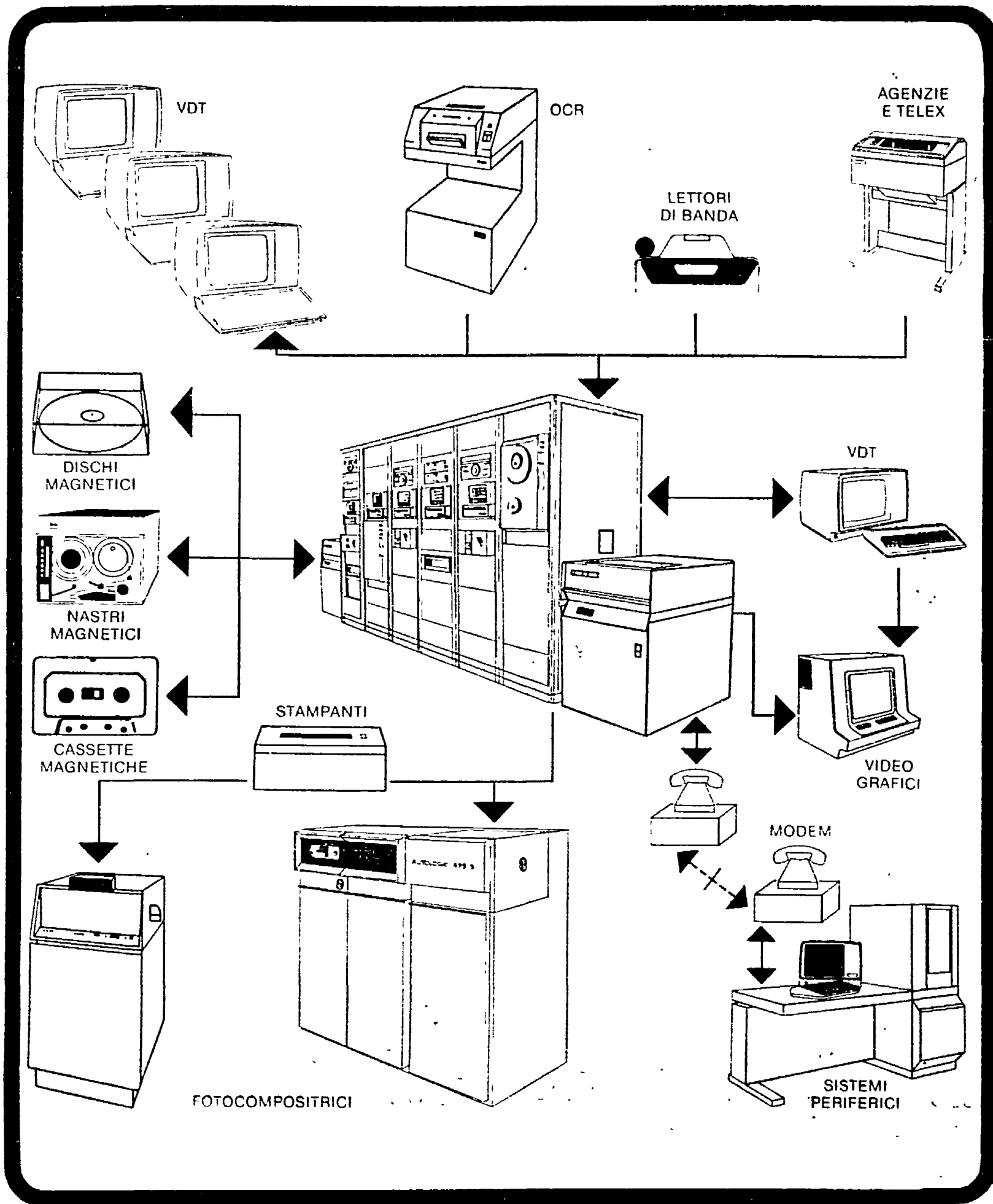


Una trasformazione tecnologica decisiva per il futuro del nostro giornale

Questi sono i programmi dell'Unità

La modifica dei procedimenti di stampa nelle tipografie di Roma e di Milano - Un investimento di 15 miliardi per gli impianti di fotocomposizione e una nuova rotativa - Una condizione per mantenere ed esaltare le nostre caratteristiche di quotidiano di partito, nazionale, popolare, di massa

Nello schema riprodotto viene illustrato uno dei più moderni sistemi di fotocomposizione (linotype-composizione con il piombo-impaginazione). I testi giunti dalle redazioni centrali o periferiche vengono immagazzinati da un computer centrale tramite i video terminali. I lettori di bande perforate o direttamente dai telex nelle agenzie o dai centri periferici, con speciali linee telefoniche, e in questo caso senza ulteriori passaggi. Il «cervellone» che riceve anche tutte le indicazioni tipografiche (corpore-giustezza) e speciali codici di richiamo e di catalogazione può trattare in memoria i testi stessi o fornirli su appositi video ai correttori e ai grafici impaginatori per l'opportuna impaginazione: nel sistema altamente sofisticato illustrato può avvenire l'impaginazione, sempre su video, a blocchi di un quarto di pagina. Il testo, con titoli e relative correzioni, viene direttamente inviato alle fotocompositrici che forniscono la parte del materiale approvato su speciale carta stampata. Messe insieme le varie parti, la pagina pronta verrà trasformata in lastre per la stampa in rotativa o direttamente con il sistema «laser» già installato nella nostra tipografia di Milano, o con altri semplici sistemi evitando completamente, anche in questa fase, la lavorazione a caldo del piombo.



Nel momento in cui chiediamo uno sforzo nuovo ed eccezionale di finanziamento, vogliamo fornire ai nostri lettori e sostenitori un'informazione sintetica ma precisa sulla situazione del giornale, sulle ragioni e sulla destinazione della sottoscrizione straordinaria. Prendiamo, anzi, l'impegno a rendere conto periodicamente degli aspetti salienti e, comunque, significativi della nostra vita interna. E questo perché vogliamo gestire assieme ai nostri finanziatori la non semplice operazione che ci sta di fronte.

L'Unità, come è noto, ha un deficit di bilancio che ogni anno deve essere coperto: la cosa è possibile grazie al contributo del Partito che raccoglie i fondi della sottoscrizione. I motivi alla base di questo deficit sono molti: alcuni generali, che riguardano tutte le aziende che pubblicano giornali quotidiani, altri sono nostri specifici dovuti in parte alla complessità e ricchezza della nostra produzione, in parte alla arretratezza delle nostre strutture produttive.

Siamo arrivati ad un punto critico: dobbiamo eliminare le arretratezze, ammodernare le tecnologie in modo da razionalizzare la nostra organizzazione, senza ridurre, ma anzi potenziando la nostra capacità produttiva. Così facendo possiamo contenere entro limiti ragionevoli il deficit di gestione che, altrimenti, nelle condizioni attuali, crescerebbe nei prossimi anni in misura tale da diventare insostenibile. Dobbiamo dunque, investire, chiediamo soldi per fare gli investimenti necessari a che ci sentirà in futuro, di avere gestioni più economiche.

Due punti di stampa

Vediamo quali investimenti e perché. L'Unità è una azienda molto complessa, ancor più complessa delle altre del settore. Il nostro è, infatti, un quotidiano che rappresenta un «caso unico» non solo in Italia, ma in tutto il mondo occidentale, non solo perché obbedisce a una filosofia, a una concezione che non vuole disgiungere l'organo di partito dal giornale popolare e di massa, ma anche perché si è dotato, col tempo, di strumenti e di basi materiali che rendono possibile la traduzione pratica di questa concezione.

Così l'Unità è ad esempio l'unico quotidiano italiano che sia redatto, stampato e distribuito in due luoghi, Roma e Milano; si tratta in realtà, dal punto di vista produttivo e organizzativo, di due giornali e non di un

giornale teletrasmeso e stampato in più di un luogo.

Anche noi da un anno circa disponiamo di un allacciamento di teletrasmissione fra Roma e Milano che ci ha consentito di ridurre una quota rilevante di lavoro ripetitivo. Ma noi non potremo mai giungere alla teletrasmissione integrale del giornale, come fanno altri: innanzitutto perché la nostra caratteristica di quotidiano nazionale (nella ideazione prima ancora che nella diffusione: non siamo un giornale nato localmente che si è poi diffuso su tutta l'area del Paese) ci impone una certa differenziazione fra le due edizioni del Nord e del Centro-sud: ma, soprattutto, perché l'Unità si articola in un numero molto alto di edizioni cittadine e regionali con sezioni di informazione locale. Per dare una idea: rispetto a 12-14 pagine di notiziario nazionale e internazionale, nei due stabilimenti di Roma e Milano, si compongono quotidianamente 30-35 pagine di notiziario locale.

L'esperienza ci dice che il carattere popolare e di massa del nostro quotidiano è legato a questa articolazione: come è legato, per altro verso, al lavoro di diffusione ordinaria e straordinaria che tanti militanti organizzano nelle domeniche e nei giorni festivi. Questo lavoro di diffusione ci consente di moltiplicare per 3-4 volte la nostra presenza rispetto ai giorni feriali; ma ci pone, ovviamente, anche grandi problemi organizzativi, facilmente intuibili se si pensa a una fabbrica che per sei giorni su sette deve produrre 100 e il settimo 300 o 400; turni, orari, organici, insomma costi.

E costi — di redazione, di trasmissione, di collegamenti — sono quelli legati alla articolazione regionale; nessun altro giornale italiano ha, come noi abbiamo, accanto alle redazioni centrali di Roma e Milano vere e proprie redazioni in tante città (Torino, Genova, Venezia, Bologna, Firenze, Napoli).

Fino ad oggi queste nostre caratteristiche, che abbiamo tenacemente difeso, le abbiamo dovute pagare anche con zone abbastanza rilevanti di «irrazionalità» economica e produttiva. Adesso, grazie alla evoluzione delle tecniche e alla maturazione sindacale e politica verificata nel settore, è possibile operare trasformazioni che riducono di molto i costi delle nostre «anomalie» editoriali e produttive o addirittura ne capovolgono il segno: da «obblighi politici» con alti costi produttivi divengono invece soluzioni al passo con gli impianti più evoluti.

In breve, oggi è possibile e matura la introduzione di quella che si chiama composizione a freddo o fotocomposizione; invece delle linotype che fondono il piombo, ci sono apparecchiature elettroniche che imprimono su una velina, con un procedimento fotografico, i caratteri. Dalla velina, si passa poi a una lastra che viene applicata alle rotative per la stampa, rotative che devono essere o modificate o acquistate ex novo perché presentino diversità rispetto a quelle tradizionali.

Passaggio obbligatorio

Tutti i giornali o hanno fatto o stanno facendo queste trasformazioni: si tratta di una evoluzione obbligata. Per noi, oltre ai vantaggi generali c'è una specifica utilità: la fotocomposizione consente, infatti, praticamente di annullare il fattore spazio. Oggi un articolo per essere composto a Milano deve essere trasmesso (per telefono) o per teletestivo da Roma o da Bologna, corretto in redazione e poi affidato al linotype: con la fotocomposizione, opportunamente articolata in un sistema integrato, è possibile, da Milano, da Roma, da Bologna, comporre articoli e pagine direttamente e in collegamento con i centri dove si stampa.

D'altro canto le nuove tecnologie, l'obsolescenza di alcuni impianti in funzione da tempo memorabile (negli anni '50-'60 mettemmo assieme le tipografie acquistando anche impianti usati che ancora girano), l'opportunità in grado di far fronte alla tiratura domenicale senza aumentare eccessivamente i costi di personale, sono tutti motivi che ci obbligano ad acquistare una nuova rotativa da installare nello stabilimento romano della GATE.

Dunque di questo si tratta: della introduzione della fotocomposizione e dell'acquisto di una nuova rotativa, un investimento che, a prezzi attuali, si aggira intorno ai quindici miliardi. Intendiamo così ammodernare, razionalizzare e potenziare le nostre strutture, per mantenere ed esaltare quella peculiarità nostra, di quotidiano di partito, nazionale, popolare, di massa.

Ecco perché vi chiediamo soldi, direttamente, come Unità; aiutaci a realizzare questa trasformazione: per dare a voi, ai lavoratori, al Partito Comunista un giornale sempre più e sempre meglio all'altezza dei compiti.

Claudio Petruccioli

Riforma dell'editoria e manovre delle multinazionali

Chi controllerà domani le leve dell'informazione?

Il significato dello scontro parlamentare su una legge che tende a garantire il pluralismo - Computer e satelliti nei piani dei potentati italiani e stranieri - La pubblicità - I progetti per un «quotidiano unico» con varianti locali

ROMA — Mercoledì pomeriggio alla Camera per il secondo giorno consecutivo l'assemblea sta facendo i conti con l'ostrosità radicale contro la riforma dell'editoria. Parla l'on. Melega e il succo del suo discorso è questo: «Non si debbono accettare forme di sostegno per i giornali di partito se i loro bilanci sono in rosso. Se non ce la fanno che chiudano». All'on. Melega non interessa sapere accidentalmente come e perché si sono accumulati i deficit: né gli interessa che qualcuno pronto a pagare i debiti del Popolo lo si troverà sempre, mentre a chiudere veramente sarebbero soltanto i giornali che vivono con il sostegno dei loro lettori. In tribuna stampa si fa un rapido calcolo. Se si va avanti con questo ritmo la Camera dovrà dedicare 126 giornate piene al dibattito sulla riforma dell'editoria per poterla approvare.

Intanto le mura di Roma e di altre città vengono tappezzate da manifesti della ITI: il nostro telegiornale a colori è anche un terminale video, annuncia la multinazionale USA che esportò nell'America del Sud il telegiornale e le tecniche dei colpi di Stato. Ora è pronta a invadere l'Europa con sofisticati apparecchi multiscopo che oltre a riempire i riempimenti con i loro prodotti: decine e decine di canali tv, giochi elettronici, informazioni su qualsiasi argomento.

La situazione — grave — è dunque questa: mentre la riforma viene tenuta a battenti alla Camera, dopo 5 anni di battaglie e di discussioni per definire il testo, potenti forze economiche e politiche — in grado di spostare massicci capitali — si muovono per ingabbiare l'intero sistema dell'informazione in uno schema funzionale ai loro interessi.

La riforma è osteggiata perché mira ad alcuni, essenziali obiettivi del tutto opposti a quelli interessi: limiti unificabili alla concentrazione delle testate e dei mezzi pubblicitari; possibilità di eleggere nelle carte delle imprese edili per conoscere i veri proprietari dei giornali e controllare la redditività dei bilanci; agevolazioni finanziarie per 5 anni, al termine dei quali le aziende dovranno camminare con le loro gambe.

sostegni privilegiati ai nuovi giornali, alle cooperative di tipografi e giornalisti, alla stampa che si richiama a organizzazioni e movimenti democratici (ad esempio le pubblicazioni delle associazioni femminili) e che è priva di ogni aiuto.

E', in sostanza, il tentativo di mettere un argine alla concentrazione dei giornali in poche mani: di assicurare condizioni minime e indispensabili a un reale pluralismo dell'informazione. Basta rifarsi di esprimersi anche per coloro che non hanno alle spalle potenti finanziatori più o meno occulti; di avviare un'azione di bonifica in un settore sul quale, periodicamente, aleggono i sospetti più infamanti, i dubbi più vergognosi. Basta rifarsi alla vicenda ENI e alle accuse lanciate davanti alla commissione Bilancio. Secondo qualche autorevole esponente socialista, una congrua parte delle tangenti doveva servire ad addomesticare alcune delle più grosse catene editoriali del Paese.

Spartizione delle aree

Non a caso, proprio quando la riforma — con l'inizio del dibattito in aula — faceva un altro passettino in avanti, i maggiori gruppi editoriali hanno cercato di realizzare una serie di colpi a sorpresa scambiandosi giornali, comprandone altri in società, dividendosi il paese in aree di influenza: su ognuna di esse un gruppo con l'assenso degli altri, eserciterebbe un dominio pressoché assoluto sul sistema delle comunicazioni: giornali, tv, pubblicità. La manovra è stata bloccata

ta, per il momento, dalle denunce, dalle proteste, dall'opposizione dei giornalisti. Ma non c'è da farsi illusioni. Non passano queste operazioni, ma intanto non passa neanche la riforma. Ci pensano radicali, missini, frange liberali e le componenti più conservatrici della DC a sabotarla. Significativa coincidenza: sono le stesse forze, con qualche supporto neoborista, che pubblicano sempre più scopertamente a un drastico ridimensionamento della RAI. Se il servizio pubblico non può essere più asserito a una sola parte politica, tanto vale mollo. Anzi, si cerca di reintrodurre regole censorie in virtù delle quali l'informazione della RAI dovrebbe essere ridotta a pura voce del palazzo: la partita si deciderebbe sugli schermi delle tv private dei vari Berlusconi, dei Rusconi, dei Rizzoli; con quale margine per le forze della sinistra è facile intuire.

Questo, forse, è il dato nuovo e più pericoloso della situazione. Sino a qualche mese fa ci si poteva limitare a semplificare il meccanismo dello scontro: da una parte una forza politica, la DC, che puntava a mantenere e recuperare posizioni di forza nei confronti degli editori per condizionarli economicamente; dall'altra le imprese decise a raggiungere una reale fisionomia industriale, a produrre informazioni riciclavando profitti economici prima ancora che politici. Per qualche editore è il sogno americano: una stampa così forte da poter esser dettatore legge alle forze politiche.

Ma il gioco si è fatto più pesante. Le divisioni che passano anche all'interno di alcune forze moderate dimostrano che la partita è condotta da poten-

tati economici in grado di aggregare intorno a sé fazioni di partito e di straripare gli assetti proprietari delle imprese editoriali. Si guardi al gruppo Rizzoli dove alcuni anonimi rappresentanti delle banche stanno diventando (o sono già diventati) arbitri di ogni decisione. Oppure alle tentazioni del gruppo FIAT: pronto a farsi avanti se il cavaliere Monti dovesse trovarsi alle strette e privarsi dei suoi due gioielli — La Nazione e Il Carlino — ma altrettanto pronto a dominare fette di mercato lavorando sulla lecca della pubblicità. Nelle economie dei giornali la pubblicità rappresenta in quota sempre maggiore la porzione prevalente delle entrate: sicché chi controlla i flussi pubblicitari controlla anche i giornali, ne può diventare il vero padrone. Ed ecco spiegato anche l'accanimento contro la sopravvivenza di una azienda pubblica — la SIPRA — che agisca sul mercato pubblicitario anche come garanzia anti-trust. O, infine, ai maneggi del «re della carta», quel Giovanni Fabbri che ha consistenti interessi nelle banche e una grossa quota della Mondadori.

Dimensione sovranazionale

La parola d'ordine di questi potentati — che fanno perdere la loro dimensione nazionale per acquisirne una sovranazionale o per agire come «agenti» delle multinazionali nordamericane — si può riassumere così: cancellare l'anomalia del caso italiano, le conquiste di pluralismo e democrazia strappate negli ultimi 10 anni anche nel settore delle comunicazioni di massa, at-

traverso una ristrutturazione del mercato, utilizzando le nuove e più sofisticate tecnologie.

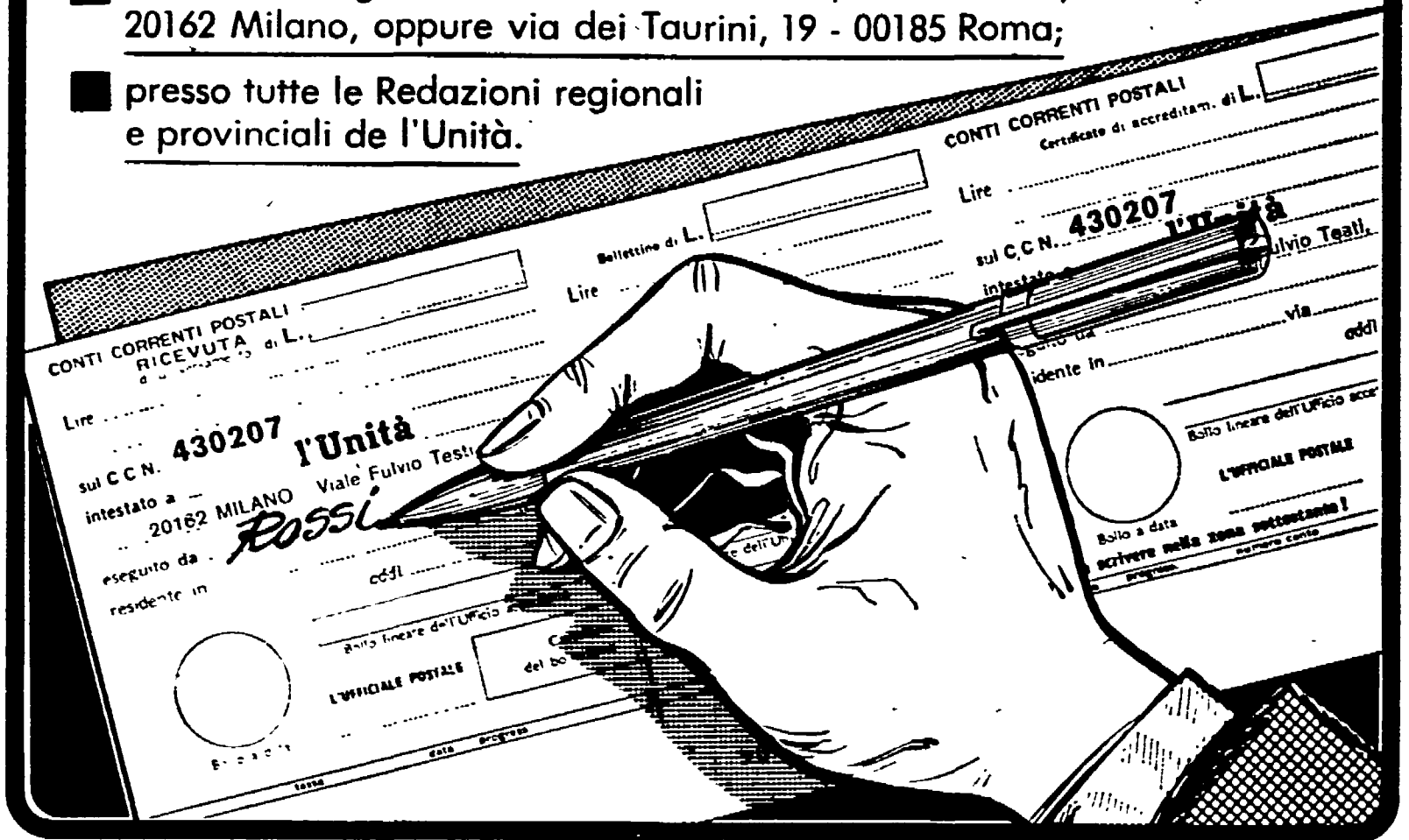
Proviamo a disegnare lo schema: un unico gruppo controlla l'intera tastiera dei mezzi di comunicazione, orienta i flussi della pubblicità (quindi i finanziamenti), utilizza al massimo le possibilità di concentrazione della produzione in una unica sede e le possibilità di distribuire capillarmente il prodotto. La multinazionale americana possiede la sua immensa banca dei dati e delle notizie a New York: il satellite le consentirà di diffondere i suoi telex e i suoi notiziari in tutto il mondo. In casa nostra: il grande gruppo avrà — siamo già su questa strada — una testata madre mentre sparsi per il paese ci saranno tanti altri giornali, tutti uguali tra di loro tranne le pagine di cronaca locale: e tante televisioni che diffonderanno lo stesso identico messaggio.

Che tipo di informazione ne verrebbe fuori è facile verificarlo guardando a certe acquisite di questi ultimi anni, delle ultime settimane e ricordando, per tutti, il caso degli euromissili; o per un altro versante, riflettendo sul rifiuto di una informazione che tende a favorire pericolosi processi di spolitizzazione. Per una strategia del genere — una svolta moderata nella vita del paese che richiede come condizione primaria il controllo delle comunicazioni di massa — la riforma dell'editoria rappresenta un ostacolo da aggirare se non da eliminare: senza riforma sarebbe molto più facile isolare e spegnere le voci che si battono per una informazione e una società diverse.

Antonio Zollo

Come si effettuano i versamenti:

- sul conto corrente postale n. 430207 intestato a l'Unità - Milano;
- con vaglia postale intestato a l'Unità, viale F. Testi, 75 - 20162 Milano
- a mezzo assegno da indirizzare a l'Unità, viale F. Testi, 75 20162 Milano, oppure via dei Taurini, 19 - 00185 Roma;
- presso tutte le Redazioni regionali e provinciali de l'Unità.



Va bene la campagna abbonamenti: 27 per cento in più

A due mesi e mezzo dall'inizio della campagna abbonamenti 1980 è possibile esprimere un giudizio sostanzialmente positivo sul suo andamento e sui risultati finora conseguiti. Infatti per quanto si riferisce a l'Unità sono stati incassati oltre 265 milioni in più rispetto alla stessa data dello scorso anno. Pur considerando gli intervenuti mutamenti tariffari si tratta pur sempre di un incremento del 27% circa. Per Rinascita d'altro canto l'incremento è pari a circa il 17% con un risultato quindi largamente positivo. Siamo in presenza pertanto di alcuni non trascurabili segni di sviluppo e rafforzamento nella mobilitazione del Partito nel lavoro per la stampa come anche gli impegni per la diffusione straordinaria odierna stanno ad indicare. Fanno spicco nel panorama generalmente posi-

tivo i risultati raggiunti nella campagna abbonamenti in Lombardia, Veneto, Emilia-Romagna, Marche, Campania e a proposito di Rinascita quelli conseguiti in Liguria, Toscana e Puglia. Gli obiettivi fin qui raggiunti costituiscono le premesse per un ulteriore sviluppo del lavoro sulla stampa in considerazione della situazione politica generale, delle ormai prossime scadenze elettorali che vedranno le organizzazioni di Partito impegnate nella conquista di migliaia di abbonati «speciali-elettorali» a l'Unità e Rinascita. In questa direzione in molte Federazioni è già stato avviato il lavoro di raccolta. Possiamo quindi dire che esistono le condizioni per il superamento dei già rilevanti risultati conseguiti nel corso delle passate campagne elettorali.