

Microrganismo infettivo comparso negli Usa
Da una semplice influenza si può arrivare alla morte per polmonite. In Italia un solo caso. Nessun allarme ma molta attenzione

Per la scienza mondiale si tratta di un'altra sfida dopo l'Aids. Il ministero della Sanità ha allertato tutti gli istituti di profilassi e laboratori, i policlinici e gli ospedali

Ancora un virus venuto dal niente

La sindrome attacca l'apparato respiratorio in forma violenta

Nel nostro paese sino ad ora è stato segnalato un solo caso. ma in America la nuova infezione ha già ucciso 12 persone su 24 contagiate. Il virus non ha ancora un nome, ma sembra appartenere alla stessa famiglia dei virus della rosolia, della febbre gialla e dell'epatite C. Il mondo è stato avvisato del nuovo possibile «contagio» dai «centri per il controllo delle malattie» di Atlanta.

FLAVIO MICHELINI

GENOVA. Un nuovo pericoloso virus ha fatto la propria comparsa negli Stati Uniti, più esattamente nel Nuovo Messico e in alcuni Stati confinanti come l'Arizona, provocando la morte di 12 persone su 24 colpite dall'infezione. Gli scienziati non sono ancora in grado di identificare con esattezza la natura del nuovo microrganismo. Si sa soltanto che è responsabile di una sindrome inizialmente simile all'influenza, ma destinata ben presto a complicarsi in polmonite. Se la terapia non è tempestiva e appropriata sarà difficile evitare la morte.

La notizia è stata data dal professor Pietro Crovari, direttore dell'Istituto di igiene dell'Università di Genova, un osservatorio privilegiato dell'Organizzazione mondiale della sanità per le malattie infettive. Tutti i paesi sono stati informati dal Center for Diseases Control (Cdc) di Atlanta. Il ministero della Sanità italiana ha allertato a sua volta gli uffici periferici: istituti di profilassi, laboratori virologici, policlinici, ospedali.

Nel nostro paese, fino ad ora, è stato segnalato un solo caso. Si tratta di un immigrato, un cittadino albanese curato con successo all'ospedale Spallanzani di Roma. Il microrganismo che l'ha colpito sembra appartenere alla famiglia degli antavirus. «La patologia è apparsa subito grave», ha detto il professore Giuseppe Visco, primario virologo allo Spallanzani, «anche se in questa circostanza si è risolta positivamente. Purtroppo queste forme virali sono molto violente, attaccano l'apparato respiratorio e lasciano poco spazio agli interventi terapeutici, che devono essere tempestivi e appropriati. La battaglia virale non può mai dirsi vinta perché i virus mutano, diventano resistenti e più insidiosi».

«Quanto è accaduto negli Stati Uniti», spiega il professor Crovari, «ha fatto subito capire che non eravamo di fronte a una malattia respiratoria dovuta a uno dei tanti virus presenti sulla scena epidemiologica, parenti poveri dell'influenza. E infatti dai reperi autopsici, grazie alla tecnica di biologia molecolare nota come reazione a catena polimerasica (Per), (che consente di ampliare notevolmente i frammenti di Dna), è stato individuato un virus per ora misterioso, ma appartenente quasi certamente alla famiglia degli antavirus».

Si tratta di microrganismi del vasto gruppo degli arbovirus e comprendenti, ad esempio, il virus della rosolia, quello della febbre gialla e dell'epatite C. Gli antavirus sono noti da un ventennio; finora, però, causavano patologie caratterizzate prevalentemente da febbre emorragica e insufficienza renale; nel caso del nuovo virus il quadro clinico si presenta, invece, come una malattia respiratoria acuta.

«Le indagini sierologiche eseguite ai Cdc di Atlanta», aggiunge Crovari, «hanno dimostrato che non siamo in presenza di uno dei ceppi classici di antavirus (ne esistono quattro ben identificati), isolati soprattutto in Cina e in altri paesi asiatici. La novità è proprio quella descritta: una patologia respiratoria che si complica in polmonite grave e che può condurre rapidamente alla morte. Per questo sono necessarie ricerche attente. Non si può affatto escludere che casi come quelli segnalati negli Stati Uniti non si verifichino anche nel nostro paese».

La medicina si trova così di fronte a una nuova sfida. Prima che all'orizzonte comparisse il virus dell'Aids l'umanità era certa di essere ormai al riparo dalle epidemie del passato, ma la natura - soprattutto se violentata - ha sempre in serbo nuove sorprese. Da dove proviene il nuovo virus? Gli scienziati non hanno ancora una risposta a questa domanda; sanno soltanto di essere di fronte a episodi che non devono essere sottovalutati.

«Gli antavirus», spiega Crovari, «hanno come serbatoio i roditori, in primo luogo i topi. Le modalità di trasmissione delle infezioni provocate dai ceppi già noti sono da ricercarsi, presumibilmente, nelle deiezioni essiccate dei topi». Nel caso del nuovo virus è stata avanzata anche l'ipotesi di un'infezione trasmessa dalle zanzare, in particolare dalla cosiddetta zanzara tigre. Tuttavia, secondo Crovari, gli insetti non c'entrano. La zanzara tigre, o Aedes albopictus, è responsabile di altre infezioni come la Dengue, una malattia tropicale chiamata «febbre rompiossa» perché, oltre a febbre, eruzioni cutanee e mal di testa, causa un intenso dolore muscolare e osseo.

Sino a ieri la zanzara tigre non era presente neppure nelle fasce costiere degli Stati Uniti; recentemente ha colonizzato gradualmente quelle regioni ed ora è arrivata anche da noi: la sua presenza è stata accertata soprattutto in Liguria. Ma non vi sono anche altre infezioni nuove, come le neurite ottiche segnalate a Cuba? L'opinione di Crovari è che la neurite ottica e la neuropatia periferica non siano dovute a un virus ma, più probabilmente, ad alimenti alterati, come certe bevande alcoliche distillate in modo artigianale. Quanto al nuovo virus - non è il caso di suscitare allarmi, ma di seguire attentamente l'evoluzione del fenomeno».

Anche le zanzare possono trasmettere l'antavirus

ROMA. «Forse siamo stati troppo indulgenti nel replicare ogni volta con pazienza, nello spiegare anche a chi, evidentemente, non ha nessuna voglia di capire. Sono stufo di vedere l'Unità assimilata a organi di partito come Popolo e Avanti!, descritto come un giornale che sopravvive soltanto perché assistito con iniezioni di pubblicità da parte della Sipra. Questo giornale è in credito con la pubblicità, siamo penalizzati, altro che assistiti. E questa è una verità che chiunque conosca appena il mercato editoriale e sia dotato di sufficiente onestà intellettuale - non dovrebbe faticare a riconoscere». Amata Mattia, direttore generale dell'Unità reagisce con stizza all'ennesimo ritornello sulla pubblicità e i giornali di partito, risuonanti in questi giorni sul Corriere della sera un attacco alla Sipra, bordate indiscriminate sui giornali editi da partito, mettendo tutti nel mazzo. Il settore dell'editoria è in fibrillazione: una serie di concause - prima tra le altre il drenaggio pubblicitario che il sistema tv continua ad operare a danno della carta stampata - tiene in fibrillazione il mondo dell'editoria, scosso da una crisi di mercato e occupazionale che può diventare più seria di quanto non appaia; da vertenze aziendali; da uno scontro aspro con gli edicolanti; dal fantasma di Tangentopoli. Si fatica a individuare, però, una risposta di respiro strategico.

Con frequenza maggiore nel mirino di qualche grande gruppo editoriale finisce la società Rai che opera nel campo della pubblicità, la Sipra. Perché
In linea generale vedo un attacco contro la tv pubblica. Indebolire la Sipra significa indebolire la Rai.
Esiste, però, un problema di redistribuzione dell'investimento pubblicitario. In nessun altro paese la tv ha una posizione così predominante...

«La Sipra non ci regala nulla Siamo in credito con la pubblicità»

Amato Mattia, direttore generale dell'Unità: «La polemica sui giornali di partito non ci riguarda. Siamo ancora penalizzati nella raccolta pubblicitaria, malgrado le copie vendute e la qualità dei nostri lettori»

GIUSEPPE VITTORI



Ed è questo che io non tollero più. Noi non siamo assistiti dalla Sipra, siamo fortemente penalizzati. Ripeto: per quello che vale sul mercato l'Unità è in grande grandissimo credito con la pubblicità. Si parla del Popolo, dell'Avanti!, ma noi che cosa abbiamo a che vedere con giornali trascinati nella crisi dei loro partiti? Ma li legono e li confrontano i dati delle vendite, degli abbonati? Il nostro è uno dei pochi giornali che va in contropendenza e in un mercato che si contrae, aumenta le copie vendute, consegue successi straordinari

con le sue iniziative editoriali e, grazie anche alla qualità dei suoi collaboratori, rafforza la sua immagine e il suo prestigio. Di tutto ciò ci sono riscontri quotidiani, concreti, verificabili. Non si capisce bene, però, la ragione per la quale ci si continua a confondere con testate dalle quali ci separano milioni di copie vendute, scelte editoriali e aziendali che ci collocano fra i primi cinque giornali nazionali. Siamo noi, dunque, che apriamo una «vertenza pubblicitaria» perché ci sia finalmente dato il dovuto. E debbo dire che anche dal mondo pubblicitario si comincia a riconoscere che l'Unità è

un veicolo pubblicitario sottovalutato: per le copie che vende, il prestigio che ha, la qualità dei suoi lettori.
Quando dici: «Vogliamo quel che ci aspetta», ti rivolgi anche alla nostra concessionaria, la Sipra?
Il contratto che ci lega attualmente alla Sipra è innovativo rispetto al passato, e questo è un bene, nel senso che è stato impostato in termini di maggior salvaguardia dei reciproci interessi sulla base di valutazioni meramente commerciali. Ciò non toglie che noi lo giudichiamo eccessivamente condizionato dalle previsioni ne-

gative sull'evoluzione degli investimenti pubblicitari. Tuttavia, lo accettammo, un po' lo subimmo.
L'altra accusa è che la Sipra riesce a raccogliere pubblicità per i giornali. Unità compresa, perché gestisce la tv. Se vuoi andare in tv, devi andare anche sui giornali...

Per quel che ci riguarda è un'accusa falsa.
Una prova?
La prova è che il fatturato degli investitori che l'Unità gestisce direttamente non è inferiore al fatturato realizzato direttamente dalla Sipra. Vuol dire che la valenza commerciale della nostra testata è un dato reale. La Sipra non ci regala niente, ci dà la pubblicità che per noi raccoglie sul mercato. Il paradosso è che, invocando le difficoltà di mercato, vuole addirittura sospenderci il minimo garantito, vale a dire la quantità minima che la Sipra si impegna a raccogliere e, comunque, a versarci. Reputiamo arbitraria le argomentazioni portate a supporto di questa decisione e perciò la respingiamo.

Al contrario, poniamo noi una seria e forte rivendicazione alla Sipra: valuti l'Unità per quello che è e per quello che vale e si comporti di conseguenza nel «vendere» questa testata sul mercato pubblicitario. Noi, ma anche la Sipra, abbiamo tutto da guadagnare da un mercato senza trami né assistenzialismi. Perciò dico: smettetela di cucirci addosso abiti che non ci si addicono.
Vogliamo dirlo quanto vale l'Unità sul mercato?
I quotidiani vendono mediamente 6 milioni e mezzo di copie al giorno; incassano all'incirca 1700 miliardi all'anno di pubblicità. Secondo certificazioni ufficiali dell'Istituto preposto, l'Adv, l'Unità vende mediamente 133.276 copie al giorno, pari al 2,05% del totale; ma di pubblicità incassa 21,6

miliardi, pari soltanto all'1,27% del fatturato globale: il 2,05% di vendite contro l'1,27% di pubblicità. Di quei 21,6 miliardi, inoltre, soltanto il 40% è procurato direttamente dalla Sipra. Insomma, noi siamo in credito - stando unicamente a questi dati - di circa 21 miliardi di pubblicità all'anno. No, il mio non è un pianto greco ma non sono più disposto, non lo siamo come azienda, a incassare il danno e la beffa. Deve saperlo anche chi insiste a confonderci con realtà editoriali distanti anni luce da noi.

Si dice che l'assistenzialismo passa soprattutto attraverso la pubblicità erogata dagli enti pubblici...
Io registro soltanto assistenzialismo al contrario, nel senso che qualcun altro, evidentemente, si giova di quel che in qualche modo è sottratto a noi. Vale per il pubblico e per il privato. Ci assiste forse la Fiat? Giudicate: l'azienda torinese investe in pubblicità sulla stampa 290 miliardi, a noi ne arriva lo 0,46%. La Presidenza del Consiglio ha investito in messaggi pubblicitari su l'Unità 13 milioni, pari allo 0,22% del totale; la Sanità 34 milioni, pari a poco più dell'1% del suo investimento pubblicitario. Soltanto per ignoranza, calcolo o malafede si possono occultare questi dati e il fatto che l'Unità è una realtà forte, in sintonia con un mercato e una opinione pubblica in espansione.
Quali conseguenze ne dobbiamo trarre?
Che la pazienza si è esaurita, che non ci limiteremo a giocare in difesa. Alla crisi del settore, nonostante i nostri scarsi mezzi abbiamo risposto con una politica di rigore interno e un rilancio del prodotto. Abbiamo affrontato una sfida rischiosa ma i risultati ci stanno dando ragione. Ora è giunto per noi il momento di aprire il fronte della pubblicità.

L'estate dell'Unità

Ogni sabato L'ABC della fantascienza fino al 28 agosto

Ogni lunedì il Maigret di Simenon fino al 13 settembre

I LIBRI DELL'UNITÀ