

Pagina per pagina ecco come sarà il vostro giornale

ANGELO MELONE

ROMA. E allora, proviamo a raccontare per quanto possibile la nuova Unità che da domani avrete tra le mani.

Innanzitutto: rimarranno i **due fascicoli** che sono ormai divenuti una nostra caratteristica, solo che si «riequilibreranno».

Sedici pagine sul primo (che, dunque, diminuirà di quattro) e sedici sul secondo (che aumenta di quattro). L'impegno preso con i lettori vecchi e nuovi di offrire un'informazione più completa, ma meno affastellata e ridondante, per dar spazio ad approfondimenti, inchieste e reportage è chiaro sin da qui.

Ma iniziamo a sfogliare insieme il giornale. Partendo dalla **prima pagina**. La prima differenza che balzerà agli occhi è l'assenza della grande foto (salvo, ovviamente, alcuni eventi eccezionali) che ci ha quotidianamente accompagnati per tre anni.

Un'altra caratteristica sarà evidente: la scelta rigorosa delle notizie, l'impegno principale che abbiamo assunto con i nostri lettori. Ci saranno solo tre, massimo quattro titoli, più un «foglietto» (un articolo di attualità o di intervento nel basso della pagina) e un solo editoriale che, in alto, apre la prima pagina ed in essa è tutto contenuto (finisce, insomma, la «caccia al tesoro» del seguito dei commenti nelle pagine interne che spesso i lettori ci hanno rimproverato).

Troverete dei titoli più lunghi, generalmente di due righe e dunque meno enfatici: sentiamo l'esigenza, insomma, di spiegare sin dal titolo la notizia con il massimo della chiarezza. Infine, un colonnino di richiami (titolino e sette righe di testo) in bella evidenza e su fondo grigio per annunciare iniziative sia del primo che del secondo fascicolo. L'intero impianto della prima pagina è stato disegnato ovviamente attorno a due suoi tradizionali «cavalli di battaglia»: la vignetta di Ellekappa (sarà subito sotto il titolo di apertura) e il corsivo di Michele Serra (sotto il titolo di centropagina).

Veniamo alle pagine interne. In **seconda, terza e quarta pagina** si troveranno le notizie di politica. In questa sezione è compresa anche l'informazione sulla giustizia. La caratteristica delle pagine interne di notiziario - l'altra profonda modifica che abbiamo apportato - è di avere molti più titoli, più lunghi per spiegare la notizia, con una scelta rigorosa dei pochi argomenti da presentare con maggior evidenza ed altri con minor enfasi ma non minor completezza: tra questi ultimi alcuni, i più importanti, saranno presentati su fondo grigio.

Con le stesse caratteristiche si troveranno a pagina **cinque e sei** la sezione esteri, in **dici e undici** le cronache (sia dall'Italia che dal mondo) e in **dodici, tredici e quattordici** la sezione economica (con la consueta pagina di Borsa e una rubrica sul risparmio).

Abbiamo volutamente saltato quattro pagine, quelle in cui sono contenute le nuove iniziative del primo fascicolo: in **settima** troverete «l'uno e l'altra», una pagina quotidiana di notizie a approfondimenti sulla vita quotidiana vista sotto l'ottica femminile e di rapporti tra i sessi; le pagine **otto e nove** conterranno «il paginone», un spazio quotidiano di reportage e inchieste (la parte centrale), interviste, approfondimenti, biografie su argomenti di attualità o proposti dal giornale ai lettori.

A pagina **quindici** (in chiusura del primo fascicolo) i commenti del giorno, la «frase» e la rubrica «al telefono con i lettori».

Meno modifiche su **l'Unità due**, la cui formula ha già riscosso grande successo tra i lettori.

Leggermente cambiata la **prima pagina**, con una foto in maggior evidenza e senza il titolone d'apertura. Anche qui un solo editoriale che si conclude in prima.

La sezione «cultura e società» si arricchisce di una pagina (quella del dibattito culturale e politico) e occuperà le pagine **due, tre e quattro**, con la terza pagina di approfondimenti che rimane sostanzialmente immutata.

A pagina **cinque** la sezione «Scienza, ambiente e innovazione», che avrà quasi sempre a disposizione anche una seconda pagina.

In **sei** l'altra novità: una pagina quotidiana di dibattito, approfondimento e notizie su «Le Religioni».

Alle pagine **sette, otto, nove, dieci e undici**, la grossa sezione degli «Spettacoli», che contiene la pagina sulla Tv e «Linee e Suoni», una nuova pagina dedicata alla musica. Chiudono il secondo fascicolo le **tre pagine** di sport.

Buona lettura.



Il direttore generale Raffaele Petrassi, il direttore Giuseppe Caldarola e il condirettore Piero Sansonetti durante la conferenza stampa

Presentato il numero zero. C'erano D'Alema e Letta

Domani in edicola la nuova «Unità»

ROMA. «C'è una differenza tra regime e vittoria. Qui si respira aria di vittoria. E tutto fatto molto bene, anche il posto è accogliente» commenta il professor Giorgio Rebuffa. Il vicepresidente dei deputati di Forza Italia è con Paolo Bonaiuti, portavoce di Silvio Berlusconi, nel roof garden del Palazzo delle Esposizioni. Tra tanta gente c'è anche Gianni Letta e poi Angelo Sanza, presidente dei deputati cdu. Un po' invitati speciali per la presentazione della nuova Unità, il giornale dei loro avversari politici. Un giornale che manterrà i due fascicoli, ma che si propone di intervenire nel mondo dell'informazione rispondendo alle nuove richieste che arrivano dai lettori, bombardati dall'informazione radiotelevisiva.

La conferenza stampa suscita curiosità tra gli addetti ai lavori, ma è anche un momento per testimoniarne affetto a chi il giornale fondato da Antonio Gramsci lo fa quotidianamente. Per esempio ci sono tre ex direttori nel grande salone: Alfredo Reichlin, Emanuele Macaluso e Massimo D'Alema. Una presenza tanto più significativa, quest'ultima, per le note polemiche che l'hanno contrapposto alla testata nei mesi scorsi. Walter Veltroni ha mandato un messaggio al direttore Peppino Caldarola, testimoniando l'affetto che lo lega al giornale. L'elenco di chi c'era è lungo e qualche dimenticanza è inevitabile: Paolo Ruffini, direttore del Gr, Marcello Del Bosco, direttore di Televideo,

ROSANNA LAMPUGNANI

Romeo Ripanti che dirige Italia Radio, Gianni Ippoliti, Simona Marchini, Beppe Vacca, Alessandro Curzi, Bruno Vespa, Mario Petrina, presidente dell'Ordine dei giornalisti, Marco Minniti, Luciano Rispoli, Irene Bignardi, Miriam Mafai, Gianluigi Melega, Enzo Monteleone, lo sceneggiatore premio Oscar di Mediterraneo, Vieri Razzini, Bruno Tucci, presidente dell'Ordine del Lazio e tanti colleghi, Enrico Vainessa, la splendida ragazza della campagna pubblicitaria (costata circa due miliardi).

Caldarola, aprendo la conferenza stampa, ha ricordato che il giornale è stato il primo a lanciare la strategia editoriale dei film in cassetta, una iniziativa che ha avuto enorme successo e quindi imitata da altri quotidiani e settimanali. Ora però il giornale vuole cambiare strategia, puntando sul materiale scritto: non solo il giornale in sé, che offrirà più notizie, inchieste, reportage, pagine speciali come quella delle religioni, della filosofia - come spiegherà successivamente il condirettore Piero Sansonetti - ma anche un settimanale per i preadolescenti, *Atina* che uscirà il lunedì e la *Mattina* che, dopo le città emiliane e Firenze, ha cominciato ad uscire a Roma e presto uscirà anche a Milano. E quindi i libri. Insomma, un nuovo modo di fare il giornale e di intenderlo, come

ha detto Sansonetti illustrandolo. Un quotidiano che vuole catturare nuovo pubblico, puntando sui giovani con la pagina «Linee e Suoni», sulle donne con la pagina «L'una e l'altro» che avrà molte rubriche - ha raccontato Letizia Paolozzi che la dirigerà - tra cui una affidata a Pia e Carla, le «lucciole» di Pordenone, dal titolo «i miei clienti». Un prodotto ricco, anche se «fatto in casa» (la sua nuova impostazione grafica la si deve a Fabio Ferrari, Alberto Cortese e Tonino Bonetti). E che sia Tucci che Petrina hanno detto di apprezzare perché «l'informazione strillata ha fatto la sua epoca».

Paolo Conti de Il corriere della sera, maliziosamente ha chiesto se la novità è figlia anche delle polemiche che hanno opposto il direttore al segretario della Quercia. Niente affatto, ha risposto Caldarola. «Quando D'Alema ha invitato a non acquistare più giornali data la loro inattendibilità abbiamo duramente dissentito. La nostra scelta, invece, è il tentativo di dare una risposta alla crisi del rapporto con il lettore».

«È un modo per risanare l'azienda in linea con lo sviluppo editoriale», ha aggiunto il consigliere delegato Raffaele Petrassi, che ha colpito Letta per la sua abilità manageriale. Una parola del direttore anche sulla polemica per l'abolizione dell'inserimento libri: sarà sostituito da recensioni quotidiane.

L'INTERVISTA

Serventi Longhi: bene l'innovazione

MARCELLA CIARNELLI

ROMA. La crisi della carta stampata non accenna a diminuire. E se alcune testate *cadono* per altre si registrano preoccupanti concentrazioni. C'è poi la consolidata conservazione dei grandi quotidiani mentre va registrata una sorta di mutazione dei giornali di partito che da tempo non sono più *organo* e sempre più luogo di discussione aperta. Comunque, una situazione effervescente. Ne parliamo con Paolo Serventi Longhi, segretario della Federazione Nazionale della Stampa.

I problemi non sono pochi, vero segretario?

C'è, innanzitutto, quello degli interlocutori. In questi mesi troppo spesso, rispetto alla marea di contenziati aperti, abbiamo avuto difficoltà a trovare delle risposte. La situazione rischia di diventare allucinante.

Parliamo di carta stampata, uno dei settori più in difficoltà.

C'è un problema serio di nuova concentrazione. Dal Nord-Est al Sud passando per il Centro (Rossi, Riffiser, Caltagirone) si è costituito un asse di proprietari che hanno una linea politica vicina, una serie di sinergie se non informative di organizzazione aziendale, un'unica concessionaria pubblicitaria e, probabilmente, partnership anche se non dichiarate. Il progetto potrebbe completarsi verso la Sicilia, senza dimenticare la pugliese *Gazzetta del Mezzogiorno*. Ed anche *Il Tempo* ha una destinazione proprietaria poco chiara. C'è, quindi, un disegno di editori che cercano di diventare la terza forza italiana accanto al gruppo Res-La Stampa e Repubblica-Espresso. In questa operazione sono avvantaggiati dall'inevitabile drenaggio di pubblicità che possono fare attraverso i giornali regionali fortissimi che si trovano a gestire. Se tu controlli otto-nove testate lungo tutta la penisola è chiaro che rischi di ammazzare tutti gli altri concorrenti.

Tanto più che il mercato pubblicitario penalizza la carta stampata.

Sono ridicole le risorse pubblicitarie destinate ai giornali. Lo strap-

tere della televisione, specie quella privata, penalizza in modo assurdo e inverocondo le risorse dei giornali.

Ci sono però delle iniziative che cercano di smuovere questa situazione, di rivitalizzare il mercato della carta stampata?

Un altro elemento nuovo è la crisi del giornale politico per come lo abbiamo sempre conosciuto. Per questo la trasformazione dei giornali politici che erano presenti veramente sul mercato in quotidiano di opinione e di riflessione sicuramente è un elemento di novità. Questo ragionamento vale per *l'Unità*, *Il Foglio*, *il Manifesto*, per certi aspetti anche per *Liberazione*. Non è un problema di orientamento politico ma del modo in cui si fa informazione. C'è una trasformazione trasversale e, non sembri un paradosso, attualmente i più conservatori sembrano proprio i grossi quotidiani nazionali.

Ma secondo te a chi si rivolge un giornale di partito che non lo è più?

Il dialogo può avvenire lungo una linea non più partitica ma di impostazione ideale e civile.

Qualcuno potrebbe dire che, però, continuano ad esserci sovvenzioni per i giornali di partito in quanto tali...

Questo è un problema in via di superamento poiché c'è la scelta strategica di molte testate di farne a meno e di stare sul mercato in termini molto realistici, flessibili, intelligenti. Quando il direttore dell'*Unità* alla presentazione del nuovo giornale afferma che per lui D'Alema è un lettore come gli altri, forse forza un tantino la realtà ma pone il segretario del Pds su un piano diverso da quello tradizionale. Questa è una novità rivoluzionaria nel panorama dell'editoria italiana. Ma tutti devono essere messi sul mercato non penalizzati. Allora sgravi contributivi, alleggerimento fiscale, pubblicità senza tetti per salvare quel patrimonio inestimabile che è il pluralismo dell'informazione.

AL TELEFONO CON I LETTORI

Oggi risponde
Stefano Di Michele
dalle ore 11,00 alle 13,00
al numero verde 167-254188



Da domani, sull'*Unità*, troverete una nuova rubrica: **Al telefono con i lettori**. Ogni giorno un nostro giornalista sarà a disposizione dalle 11 alle 13 per sentire il vostro parere su ogni tema, dalla politica alla cronaca, dall'economia alla scienza, dalla cultura agli spettacoli. Già da oggi, come vedete sopra, Stefano Di Michele risponderà al numero verde. Telefonate. Domani leggerete tutto sull'*Unità*.

CABARET

Antonio Albanese in

UOMO

Ritornano Epifanio e gli altri straordinari personaggi di Antonio Albanese. Uomo, il caso teatrale della scorsa stagione e, ormai, un classico del video-cabaret. in edicola separatamente dall'*Unità* a lire 18.000

RISTAMPA

l'Unità
INIZIATIVE EDITORIALI