

■ L'archivio operaio "Augusto Finzi": Informazione alternativa e Controinformazione¹

l'esigenza di riformulare i contenuti in modo differente da quello proprio del circuito ufficiale dell'informazione viene soddisfatta da:

informazione alternativa

non crea nuovi canali di comunicazione di massa, ma utilizza quelli già a disposizione, alterandone però i contenuti ideologici, modificando messaggi
che si attuano attraverso:

periodici

- *Quaderni rossi* (1961-1965):
- *Potere operaio* (1968-1973):
- *Controinformazione* (1973):
- *Rosso* (1973):
- *Lotta continua* (1969):

il lavoro è centrato su un'inchiesta sulla condizione operaia in fabbrica, soprattutto in FIAT. Si definisce «rivista» ma come «uno degli strumenti di lavoro politico collettivo, che ha aspetti molteplici e si serve di altre forme di intervento più direttamente legate alla situazione operaia»

in un legame di continuità con *La classe*, se ne distanzia programmaticamente proponendosi come strumento di formazione teorica per militanti e rifiutando la dimensione informativa. Questo si riflette sul piano dell'espressione, dove predomina il linguaggio difficile e spesso oscuro, con strutture sintattiche complesse e riferimenti culturali che presuppongono una specifica preparazione teorica

non si presenta come portavoce di un gruppo, né vuole essere luogo di precise elaborazioni teoriche, quanto piuttosto rappresentare una possibilità di dibattito su tutti i problemi che hanno nel movimento anticapitalistico italiano ed internazionale il loro punto di riferimento più complessivo. E' tra le riviste più curate quanto a veste grafica

nasce dopo lo scioglimento di *Potere operaio* nel '73, anche se il primo nucleo organizzatore proviene piuttosto dal gruppo Gramsci, scioltosi nello stesso periodo. Giornale dell'autonomia operaia, di quella parte della classe operaia che unisce al rifiuto del lavoro il rifiuto di riconoscersi nelle tradizionali organizzazioni riformiste, e anche in parte nei gruppi, seppure diverso dai giornali di fabbrica e da «*Controinformazione*». Novità: consapevolezza che la fabbrica non è l'unico terreno in cui sviluppare l'iniziativa di lotta. Individua tre diverse fasce di pubblico cui rivolgersi: «*Rosso fabbrica*», «*Rosso scuola*», «*Rosso tutto il resto*» (movimento giovanile non organizzato nei gruppi, movimento femminista, che lottano contro l'emarginazione)

Lotta continua nasce a Torino e il suo primo nucleo è composto in parte da appartenenti al movimento studentesco torinese, in parte da alcuni dirigenti di «Il potere operaio» di Pisa (sciolto nel 1968). Nel 1972 cessa come periodico per uscire come quotidiano. Si delineano nuove figure politiche: dai carcerati ai militari, dai proletari che lottano nei quartieri per la casa e contro l'aumento dei prezzi, al sottoproletariato meridionale

controinformazione

- si caratterizza per l'impiego di mezzi specifici differenti e normalmente trascurati dalla comunicazione ufficiale
- la sua attenzione è diretta ai codici del destinatario e alla sua ricezione del messaggio
- permette un controllo immediato e diretto della comunicazione e la verifica della reazione del destinatario

giornali di fabbrica bollettini



trattano problemi operai, vengono fatti direttamente dagli operai. A volte sono semplici fogli ciclostilati, altre volte sono veri e propri giornali, curati nella veste editoriale.

Lavoro zero (Porto Marghera) **Senza padroni** (Assemblea autonoma di Porto Marghera) **Direzione operaia** (gruppo autonomo della Lanerossi)

volantini

semplice foglio ciclostilato, in genere interamente scritto, che può contenere anche disegni e scritte in stampatello a caratteri più rilevanti. Costa poco, non occorrono speciali autorizzazioni, basta la dicitura «ciclostilato in proprio» con indirizzo e data. Il contenuto è vario: può essere denuncia ed informazione di una notizia di particolare rilievo, avvenuta altrove o taciuta dall'informazione ufficiale, convocazione di una riunione o di una manifestazione, o incitamento alla lotta su certi obiettivi

manifesti

sono strumento privilegiato d'informazione alternativa per immediatezza e capacità espressiva, per possibilità di rivolgersi ad un ampio pubblico e per basso costo. Spesso rifiuta la ricercatezza estetica del prodotto, identificata con la produzione industriale della pubblicità, preferendo simbolizzazioni elementari e una supremazia della parola scritta. Se si vuole però passare a una diffusione più ampia di quella locale, si ricorre a mezzi grafici più sofisticati



¹ Umberto Eco - Patrizia Violi, *La controinformazione*, in *La stampa italiana del Neocapitalismo*, a cura di V. Castronovo - N. Tranfaglia, Roma-Bari, Laterza, 1976, pp. 99-172.

