

Lo scontro Rai-Fininvest sulla pubblicità raccontato da Quercioli capogruppo del Pci in commissione di vigilanza

«E' stato sconfitto il disegno di togliere al Parlamento i poteri di controllo sul servizio pubblico»



Dietro quei 32 miliardi



ROMA. Alla fine si trattava di 32 miliardi da dare o togliere alla Rai. È vero, 32 miliardi non sono brucoli, eppure viene da chiedersi se una tale somma possa giustificare, da sola, la tempesta che si è scatenata dentro e fuori la commissione di vigilanza, la durezza e la cattiveria dello scontro che si è combattuto tra Rai e gruppo Fininvest, tra i partiti e dentro i partiti, la violenza delle accuse corse tra dc e socialisti, sino all'anatema scagliato dal *Popolo* contro Manca: infiltrato di Berlusconi in Rai. In realtà, quei 32 miliardi erano soltanto l'elemento più visibile d'una partita più complessa. Ma quale?

Elio Quercioli, capogruppo Pci in commissione di vigilanza, spiega: «Non c'è dubbio, in primo luogo si trattava di non far saltare il bilancio della Rai. In secondo luogo, si trattava di sventare una manovra con la quale si volevano togliere soldi alla Rai per dirottarli sul suo concorrente privato; tanto più che quei 32 miliardi persi in pubblicità la Rai se li sarebbe dovuti riprendere con un ulteriore aumento del canone. Infine, la questione più delicata, cruciale: ripristinare le prerogative di un Parlamento assediato, nel tentativo di forzargli la mano».

Per 15 mesi ogni decisione è stata impedita, la commissione paralizzata. A fine ottobre, però, l'insieme di manovre, sotterfugi, pressioni, condizionamenti ha prodotto una miscela esplosiva. Il partito che s'era prefisso di colpire il servizio pubblico a vantaggio delle tv berlusconiane, appariva più aggressivo che mai, ma proprio questo lo ha perduto: perché un partito siffatto è forte sino a quando può dissimularsi dietro trovate procedurali e pattuizioni segrete, ma batte in ritirata non appena è costretto a giocare allo scoperto. Conferma Quercioli: «Abbiamo



vinto la partita per due ragioni: 1) perché abbiamo chiesto, e ottenuto, che sulla vicenda televisiva si svolga un confronto in aula; 2) per la campagna fatta da l'Unità».

Ma, l'Unità a parte, basta una richiesta di dibattito in aula per scompaginare un fronte che ha potuto tenere in scacco la commissione di vigilanza per 15 mesi? «Sì», osserva Quercioli, «perché questo dibattito, che si farà subito dopo la Finanziaria, servirà a completare l'operazione di chiarimento, a mettere a nudo autori e ragioni inconfessabili di un grave e prolungato esproprio del Parlamento. Il blocco della commissione di vigilanza non deriva da neghittosità della commissione né del suo presidente Borri. C'era e c'è un disegno sistematico, volto a colpire in generale la centralità del Parlamento; in partico-

lare, ad annullare la conquista principale della riforma della Rai, varata nel 1975: il trasferimento, dall'esecutivo al Parlamento, del controllo sul servizio pubblico. Un controllo, vorrei ricordare, non formale perché il Parlamento elegge il consiglio di amministrazione della Rai, delibera sulla pubblicità, ne valuta la qualità, si pronuncia sul canone, formula gli indirizzi, decide su tribune e accesso... nei fatti c'è stato uno stravolgimento istituzionale, l'esecutivo ha usurpato poteri non più suoi... la contesa sulla pubblicità celava anche tutto questo. Ecco perché la nostra richiesta di andare a un confronto in aula ha avuto come effetto immediato quello di rendere più prudente la maggioranza e di indurci a chiudere la vicen-

da del tetto».

Strategie politiche e tattiche alfaristiche si combinano e vanno di pari passo. Del resto, mentre la commissione di vigilanza viene inchiodata sulla questione della pubblicità, governo e maggioranza continuano a ritardare il varo di una buona legge per il sistema televisivo, una legge che sciolga la questione riproposta dalla Consulta: l'attuale regime di duopolio Rai-Berlusconi, il monopolio di fatto del settore privato contrastano con i principi costituzionali del pluralismo e della libera concorrenza. «Io mi chiedo - dice Quercioli - come mai gli editori abbiano facilmente raggiunto, nel dicembre scorso, una intesa sulla pubblicità con la Rai... rispondo: gli editori sanno bene che se c'è un

elemento squilibrante del mercato, che mette in crisi la raccolta pubblicitaria della stampa, questo non è la Rai ma la grande tv privata. Viceversa, l'ostilità, l'incapacità di giungere a una decisione sul tetto pubblicitario sono nate proprio dalla determinazione di una sorta di partito trasversale guidato dal Psi di salvaguardare non gli interessi della stampa, ma di un terzo soggetto:

ANTONIO ZOLLO

uno scontro duro e cattivo che, alla fine, riguardava 32 miliardi di pubblicità da dare alla Rai o a Berlusconi. Ma possono 32 miliardi giustificare le polemiche dentro e fuori la commissione di vigilanza? Elio Quercioli, capogruppo Pci in commissione: «È stato sconfitto, almeno per ora, un diseg-

no che mira a colpire la centralità del Parlamento, il suo potere di controllo sulla Rai, il ruolo stesso del servizio radiotelevisivo pubblico... la battaglia del Pci e le denunce de l'Unità hanno fatto venire allo scoperto le pressioni, i condizionamenti, hanno consentito di sconfiggerli...».

Berlusconi, appunto. Quindi, altro che lobby... Conosco l'obiezione: non si può penalizzare chi ha dimostrato di essere un bravo imprenditore. E chi nega a Berlusconi capacità, genialità? Ma non vorrei che passassero per incapaci coloro che sono rimasti fuori o sono stati espulsi dal mercato televisivo solo perché hanno rispettato la legge, le sentenze della Corte costituzionale (si alle tv private, ma in ambito locale) e non hanno approfittato dei vincoli imposti alla Rai, non hanno avuto le protezioni politiche che hanno consentito a Berlusconi di edificare il suo impero televisivo».

La delibera con la quale si è posta la parola fine alla vicenda del tetto pubblicitario contiene una affermazione inedita, frutto anch'essa della battaglia svolta in commissione: il canone tv finanzia non soltanto la Rai, ma l'intero sistema tv. La faccenda è più semplice di quanto non sembri: le risorse che la Rai incamerava con il canone giustificavano il contingentamento della pubblicità acquisibile dal servizio pubblico; ne deriva che ogni anno quote di pubblicità sono forzatamente spostate verso la tv privata, che non ha vincoli di sorta. «Fino a poco tempo fa - ricorda Quercioli - eravamo soli a sostenere questa elementare verità, il dovere di garantire parità di trattamento alle forze politiche in campagna elettorale, rispetto rigoroso dell'ordinamento istituzionale, divieto di usare la propria tv un po' alla sudamericana, come ha fatto Berlusconi con la sua recente conte-

renza stampa a Retequattro, durante lo scontro sul tetto pubblicitario».

C'è, però, un argomento (quasi un asso nella manica) usato da chi ritiene che all'oligopolio privato si debbano perdonare molti strapazzi e tante forzature: ha costretto la Rai a migliorarsi. «Nego - replica Quercioli - recisamente la fondatezza di questa affermazione. La Rai è migliorata per effetto della riforma del '75, per le lotte dei giornalisti, per il clima politico e culturale del paese. E se la riforma non ha dato tutti i suoi frutti, lo si deve anche al fatto che l'irruzione anarchica delle tv private ha squilibrato il sistema, ha fatto della tv non uno strumento di crescita della coscienza critica ma il tempio dell'indice d'ascolto, un supermercato dove si vende il pubblico, milioni di consumatori, agli inserzionisti. Alla tv immaginata e realizzata da Roberto Rossellini si è sostituito un veicolo di disvalori, di modelli comportamentali improntati alla logica del successo e dell'egoismo... abbiamo finito con il subire una colonizzazione culturale che giustamente sta provocando la rivolta di intellettuali italiani e di tutta Europa. Il Pci ha avuto un atteggiamento molto realistico, dalla prima sentenza liberalizzatrice della Corte ad oggi, nei confronti del sistema radiotelevisivo misto. Le nostre leggi - quella sul governo globale del sistema, quella sulla radiofonica, la più recente, che prevede il divieto di massacrare i film in tv con gli spot - mirano a eliminare e prevenire le distorsioni più pericolose: la dipendenza culturale e industriale dall'estero; il disprezzo e la violazione sistematica dei diritti degli autori e dei telespettatori; il risanamento del servizio pubblico, che deve fare leva su due questioni prioritarie: la trasparenza della ge-

stione e una informazione non militarmente incassellata secondo uno schema partitico. Piena, totale libertà, dunque, alle risorse professionali della Rai; pieno ripristino della potestà, dei poteri, del ruolo del Parlamento come garante di una tv utile al paese e alla sua democrazia. C'è chi vorrebbe eliminare la commissione di vigilanza, la sente come un fastidioso impaccio. Lo credo bene, visto come è finita la vicenda del tetto. Ma, di recente lo ha potuto verificare in un suo viaggio una delegazione della commissione Cultura della Camera, - anche nella patria della deregulation, gli Usa, il sistema della comunicazione è fortemente governato e un ruolo fondamentale ce l'ha il Congresso... come si vede, ce n'erano di cose dietro quei 32 miliardi...».

Opel Corsa Swing.

Lasciatevi trasportare dall'emozione.

In un mondo dove la ragione vuol sempre aver ragione sul sentimento, Corsa Swing ci regala sensazioni ormai perdute. Basta lasciarsi guidare dall'istinto, e scoprire le gioie del suo motore. 1000, 1200 o 1500 diesel. Non c'è bisogno di pensarci troppo sopra, ci si può accomodare nei suoi interni raffinati e abbandonarsi al suo movimento agile. Il clima è reso sempre ospitale dal sistema di ventilazione a tre velocità.

Si vede subito che una Corsa Swing è fatta per esprimersi con generosità: il tergilunotto e i fari alogeni sono di serie. Corsa Swing è come il vero amore, si accende subito e dura tutta una vita. L'offerta dei Concessionari Opel, purtroppo, solo fino al 31 Dicembre.

**OPEL CORSA
DALL'1.000.000
8.309.000*
IVA INCLUSA**

Z OPEL
BY GENERAL MOTORS
N°1 NEL MONDO

*Prezzo di listino suggerito, già scontato di L. 800.000, del modello Corsa City. L'offerta è valida per le vetture disponibili escluse GST e Van presso i Concessionari Opel partecipanti. L'offerta non è cumulabile con altre iniziative promozionali in corso. Assistenza qualificata e ricambi originali in oltre 800 Centri di Servizio Opel.