

INFORMAZIONE E POTERE.

Oggi Gambino presenta le regole per la campagna elettorale. Accolta la richiesta di Berlusconi. Ci sarà una retromarcia?

Un coro di «no» al ricatto di Storace sul cda Rai

Non ha avuto molto successo nemmeno a destra la proposta di Francesco Storace di barattare la fine al Senato dell'estraneità di An sulle nuove regole per nominare il Cda Rai con un accordo sulla data delle elezioni (a giugno, naturalmente per l'ex ministro). Il coro del no è stato unanime. Lo ha bocciato Marco Taradash, presidente della commissione di vigilanza: «Una cantonata partitocratica». «Ipotesi eccessiva per Alfredo Meocci, portavoce del Cda. Per Fabio Mussi, pdl, non è possibile fare il rivenditore di tappeti della serie dare soldi vedere cammello». Rosy Bindi: «Il Cda deve andare a casa a prescindere». Il leghista Antonio Merano parla di «scambio inaccettabile». E lo stesso Fini dice: «Non vogliamo mandare a casa il Cda, e vogliamo comunque votare a giugno». Vincenzo Vita, pdl: «Sbaglia chi parla di partitocrazia: si vuol solo dare al parlamento il ruolo che la Corte Costituzionale ha più volte ribadito».



CIN C Uno studio televisivo. A destra, Santanillo

Marco Marcolli/Unitea

A tutto spot, niente divieti «Par condicio», limiti solo a sondaggi e talk-show

Oggi il governo illustrerà le sue proposte sulla «par condicio», dopo il consiglio dei ministri. Il ministro Gambino mentre limita pesantemente l'uso dei sondaggi e la conduzione dei «talk-show» non estende il divieto di fare spot che resta confermato per i soli 30 giorni prima del voto. Era proprio la richiesta di Berlusconi fare tutto ma non toccare gli spot, la sua arma più potente. Insomma tutto come un anno fa, a meno che il governo non ci ripensi.

GIUSEPPE F. MENNELLA

ROMA. Nell'imminente campagna elettorale per le regionali i partiti non si affronteranno ad armi pari con buona pace della par condicio che dovrebbe essere assicurata oggi dal governo con il varo di un decreto o di un disegno di legge. Anzi sarà proprio questo decreto - messo a punto dal ministro delle Poste Agostino Gambino - a sanare l'ineguaglianza. Infatti il divieto di trasmettere spot pubblicitari non sarà esteso ai sessanta giorni precedenti il voto (previsto

per il 23 aprile). Fra tutti i partiti in lizza oggi ce n'è uno soltanto in grado di rovesciare sui teleschermi propaganda elettorale in quantità industriali: il deputato Silvio Berlusconi cioè Forza Italia. Nonostante l'esperienza (ricordate i bambini che inconsapevolmente cantavano l'inno di Forza Italia durante la campagna elettorale del 1994?) il ministro Gambino renderà più incisive tutte le norme della legge del dicembre 1993 per assicurare parità di trattamento e di ac-

cesso alle reti televisive tranne una. Appunto quelli i sugli spot che resteranno vietati soltanto negli ultimi trenta giorni.

Un miliardo e mezzo in spot In sostanza Gambino lascerà nelle mani di Berlusconi e dei suoi alleati l'arma più potente che la destra ha a disposizione. Nessuna altra forza politica infatti è in grado di bruciare in poche settimane un miliardo e mezzo di lire. Nessuna tranne Forza Italia guidata dal proprietario della Fininvest. Da qui ad una settimana a tutte le ore e per un intero mese nelle nostre case entrerà soltanto la propaganda delle destre. Solitamente per gli ultimi trenta giorni scattano i divieti di trasmettere pubblicità politica.

Len sera al ministero delle Poste erano ancora al lavoro per affinare le nuove norme dirette ad assicurare «la parità di trattamento: la completezza e l'imparzialità rispetto a tutti i partiti e i movimenti presenti

nella campagna elettorale» che sta per aprirsi per neleggere i consigli regionali. Secondo alcune fonti uno dei punti in discussione fino all'ultimo - anche fra il ministero e la presidenza del Consiglio - è proprio quello relativo alla disciplina degli spot pubblicitari. È possibile infatti che questa volta il termine del consiglio dei ministri Gambino illustri ai giornalisti un decreto o un disegno di legge di verso da quello «portato» all'esame del consiglio dei ministri.

Più divieti per i sondaggi

Una delle novità rilevanti della nuova legge riguarderà i sondaggi pre-elettorali. Oggi ne è vietata la diffusione negli ultimi quindici giorni precedenti il voto. Il divieto varrà per i trenta giorni precedenti il giorno della consultazione elettorale. Le altre norme riguarderanno il rafforzamento dell'ufficio del Garante per l'editoria e un sistema di interventi e di sanzioni a disposi-

zione dello stesso ufficio per mettere tempestivamente rimedio ad eventuali violazioni della legge. Saranno anche introdotte norme più chiare (tempi e collocazione) relative al diritto di replica e di rettificazione da parte di soggetti politici ai quali non è stata garantita parità di trattamento nel corso delle trasmissioni.

Funzioneranno le nuove regole? O si ripeterà comunque lo spettacolo offerto dal proprietario della Fininvest - e dalle sue televisioni - nell'ultima campagna elettorale? Un rischio c'è che il nuovo sistema si segnali da una parte per i via libera agli spot, e dall'altra per i limiti e i paletti imposti ai conduttori dei talk show cioè ai giornalisti che guidano le trasmissioni di approfondimento anche politico. Insomma non ci mancherà ciò da cui non potremo difenderci (la pubblicità) ma sarà in qualche modo limitato ciò che induce alla

Rai, intervento del Garante contro le censure ad «abbonato alza la voce»

NEDO CANETTI

ROMA. Sulle censure all'iniziativa «Abbonato alza la voce» lanciata da un nutrito gruppo di giornalisti Rai e dal sindacato Usgrai - che tanto successo ha già ottenuto nel Paese - è intervenuto ieri con una lettera alla presidente della Rai, Letizia Moratti e al presidente della commissione di vigilanza Marco Taradash, il Garante per l'editoria e la radiotelevisione Giuseppe Santanillo. In seguito ad un'inchiesta assunta da una delegazione del «comitato interparlamentare per la libertà d'informazione» composto da decine di deputati e senatori dei gruppi Progressista, Rifondazione Lega, Patto Segni, Popolari e Gruppo misto.

Due sono stati gli esposti consegnati al garante dalla delegazione composta da Antonio Marano e Luca Leoni Orsemgo della Lega, Sandra Bonsanti e Franco Danieli della Rete e Giuseppe Gulietti dei Progressisti. Uno riguardava le censure della Rai nei confronti di «Abbonato alza la voce». L'altro gli spot Fininvest anti-Bossi.

Gli esposti sono firmati da 160 parlamentari: tra i quali i segretari del Pds Massimo D'Alema e di Rifondazione Fausto Bertinotti i popolari Leopoldo Elia, Rosa Jervolino e Rosy Bindi l'ex Presidente della Camera,

Giorgio Napolitano, Armando Costantini, Carla Mazzucca e Diego Masti del Patto Segni. Nell'appello si denuncia che «quanto sta accadendo in queste settimane all'interno della Rai ha ormai superato ogni limite». «Il servizio pubblico - continua l'esposto - è nei fatti caduto nelle mani di una parte politica che lo utilizza esclusivamente per i propri interessi, avilendo le professioni interne e sperperando il denaro dei contribuenti con una serie ininterrotta di nomine e promozioni tese solo al raggiungimento dell'obiettivo dell'omologazione». Si annuncia quindi l'adesione all'iniziativa «Abbonato alza la voce» e a questo punto si denuncia come «estremamente grave che le direzioni di interesse testate Rai abbiano apposto una vera e propria censura ad ogni notizia sull'iniziativa che ha coinvolto nei giorni scorsi sindaci, amministrazioni locali, associazioni parlamentari ed ha portato alla raccolta di 300 mila firme».

Camera e al Garante perché questo inalienabile diritto venga rispettato e che nella Rai venga immediatamente riconquistata una condizione di pari opportunità fra tutti i cittadini».

Per quanto riguarda gli spot su Bossi si chiede di sapere «chi sono i committenti chi veicola quali messaggi politici se sia cioè l'azienda Fininvest il suo editore o chiunque altro perché quanto sta facendo la Fininvest non è altro che una azienda che si schiera da una parte in una campagna politica». Ricevuta la lettera del Garante la signora Moratti avrà modo di rispondere mercoledì alla commissione di Vigilanza già convocata.



Giovanni Giovannetti

Confronto Martino-Veltroni

Proprio la questione della par condicio è stato l'oggetto di due interviste parallele a Walter Veltroni e all'ex ministro Antonio Martino che «Panorama» pubblicherà nel numero in uscita. Secondo Martino la par condicio è «un ideale irraggiungibile». Per Veltroni invece è «la certezza che le forze in campo hanno pari dignità, la garanzia per i cittadini di poter scegliere serenamente e non sotto il peso del bombardamento esercitato da chi si avvale di risorse e strumenti sovranaturali».

Il costituzionalista: «Non basta garantire le trasmissioni elettorali»

Zagrebel'sky: «Regole che aiutino ad evitare l'imbarbarimento»

La formula della «par condicio» è utile per gli spazi di propaganda elettorale dei partiti, ma resta aperto il problema di altre trasmissioni di informazione politica. E il costituzionalista Gustavo Zagrebelsky suggerisce l'organizzazione di trasmissioni gestite da «utenti specializzati» in grado di contestare in diretta le menzogne di certi politici. «Bisogna evitare il muro contro muro, i rischi di imbarbarimento». I giornalisti «riflettano sul loro ruolo professionale».

PIER GIORGIO BETTI

TORINO. Il governo Dini ha messo la «par condicio» tra i principali nodi da sciogliere prima delle elezioni, ma da più parti si avanzano dubbi sull'effettiva possibilità di garantire eguali condizioni di trattamento nel sistema radiotelevisivo. Prof. Zagrebelsky, qual è la sua opinione?

La «par condicio» mi pare sia una nozione che può avere riferimento per uno solo dei momenti dell'informazione politica: gli spazi elettorali di propaganda politica che sono un po' delle finestre attraverso cui i singoli partiti si affacciano per presentarsi ufficialmente nella competizione elettorale. Indubbiamente queste finestre devono essere eguali per tutti e non come diceva Berlusconi poi o meno grandi a seconda dei voti ottenuti nella precedente consultazione. Tesi quanto mai

assurda. Ma la «par condicio» non può essere utilizzata per altri aspetti dell'informazione politica non uniformabili allo svolgimento della campagna elettorale in senso stretto.

Dunque il discorso va allargato. A quali altre trasmissioni si riferisce, in particolare?

Penso alle trasmissioni che hanno valenza politica pur essendo cosa diversa dagli spazi attribuiti ai partiti come tali. Vi sono trasmissioni politiche che ricadono nella responsabilità di uno o più giornalisti come la vecchia «Mila no Italia» o lo «Speciale di Barbara Abbiatini» l'«Intervista» generico nel quale entrano però personaggi e notizie di significato politico. E poi l'informazione politica in senso stretto e telegiornali. Per questi tipi di trasmissioni non serve la «par condicio» che è

una formula meccanica rivolta soprattutto all'eguaglianza rispetto al tempo di durata o rispetto al numero delle trasmissioni. Ciò che serve qui sono la completezza e la non tendenziosità due virtù dell'informazione che chiaramente riguardano l'attività professionale dei giornalisti. Mi sentirebbe a questo proposito una piccola osservazione?

Prego, professore, faccia pure.

Se io fossi giornalista mi sentirei profondamente offeso nella mia professionalità dal dibattito sulla parità di condizioni. I giornalisti dovrebbero sollevarsi e dire questi problemi di completezza e obiettività non si risolvono reclamando misure legislative che contingano i tempi e così via ma facendo appello alla nostra libertà e responsabilità di operatori. Come accade in altri paesi.

Ma forse qualcuno accede anche da noi, considero che non pochi redattori del Tg Rai si sono rivolti agli abbonati invitandoli ad «alzare la voce» sui temi dell'informazione. Non le pare?

Certo, però la realtà è che da noi i giornalisti sono poco credibili perché vero o falso che sia si accusa di essere in qualche modo targati. Per cui l'appello alla responsabilità professionale rischia di trasformarsi in un via libera alle loro connotazioni politico-generiche originali o acquisite.

camminando. **Difficoltà e contraddizioni, a quanto sembra, non mancano. Che fare, allora?**

Non ci sono soluzioni toccasana. Per gli spazi elettorali nei mass media si possono e devono senza altro prendere delle misure rigorose. Per quanto riguarda la completezza e la non tendenziosità dell'informazione insisto primo punto che i giornalisti dovrebbero fare una riflessione sul loro ruolo professionale. Ma ritengo anche secondo punto che gli utenti dovrebbero avere un diritto di controllo.

Una proposta inedita. Ma in che forme potrebbe esercitarsi questo controllo?

Si può pensare all'organizzazione di trasmissioni gestite da utenti naturali non specializzati esperti in economia o storia o diritto, nelle quali sia possibile rilevare e contestare con dati obiettivi le inesattezze le menzogne che vengono propinate nella campagna elettorale. Siamo andando verso un sistema elettorale in cui il confronto elettorale è molto personalizzato e bisogna evitare di arrivare al muro contro muro che porta rischi di imbarbarimento. La possibilità di vedere un leader politico sbugiardato in pubblico renderebbe tutti più cauti. **Una regola, insomma, per fare**



Giovanni Giovannetti

dell'utenza che si interessa alla politica un soggetto non più totalmente passivo?

Si vi è affermata l'idea che la comunicazione politica deve essere un andare e venire non solo un bombardamento a senso unico. Mi pare anche utile sottolineare che in Gran Bretagna, di fronte all'informazione di una parte politica che mette in causa le posizioni politiche di un'altra parte scatta uno specifico diritto di replica.

Ma è possibile avere qualcosa del genere prima della campagna elettorale?

Non ci sarebbe bisogno di una legge. Probabilmente sarebbero sufficienti degli indirizzi della commissione parlamentare sulla Rai nei confronti del servizio pubblico. E poi auguriamoci un adeguamento da parte delle reti Fininvest magari con un codice di autoregolamentazione. Io fondo questa è deontologia. Su tutto

di reti televisive private ha fatto rumore, ma quali effetti concreti si possono prevedere?

Per un complesso marchingegno giuridico legato all'esistenza di atti normativi che consentono una sorta di proroga della situazione quella sentenza non rende immediatamente operativo l'obbligo di dismissione delle emittenti in eccesso. Resta però molto importante l'affermazione di principio. In sostanza la Corte ha dichiarato che nell'attuale contesto legislativo l'informazione politica si presta a essere manipolata. Per cui le elezioni che si svolgeranno in questo contesto ci dovrebbero un Parlamento con un dubbio di legittimità dal punto di vista della democrazia, la quale presuppone parità di armi nella competizione.

In altre parole, si ritorna sempre alla questione cruciale della «par condicio». Secondo i paladini dell'impero televisivo privato del Cavaliere, però, nelle sue reti il pluralismo non mancherebbe. Tesi con qualche possibile credibilità?

Loro dicono andate a vedere nelle reti dell'ex Berlusconi i sono giornalisti o trasmissioni non pregiudizialmente allineate come il Tg di Mentana come Costanzo E aggiungono non è pluralismo questo? Ma questa affermazione vero o falso che ci sia pluralismo nelle trasmissioni a valenza politica della Fininvest sotto di un via via di fondo perché il pluralismo viene inteso come coesistenza come un atto di liberalità benevolenza del cavaliere Berlusconi che sarebbe invece libero di agire diversamente. Ma in democrazia il pluralismo dell'informazione è un diritto e un dovere e non può essere affidato alla presunta liberalità di chi dispone del potere.