INTERRUZIONI IN TV.

L'11 giugno alle urne per modificare la legge Mammì Fellini il primo a battersi contro le interruzioni nei film



«Non si spezza una storia»

Cinque anni dopo si vota: referendum numero 11

«Non si spezza una storia, non si interrompe un'emozio- Cosa succede ne»; cinque anni dopo quello slogan e quella battaglia culturale, a chiedere di arginare la pubblicità in tve ora un referendum promosso dal mondo dell'associazionismo. Scheda marrone, numero 11: votando «si» si chiede di impedire che troppi spot interrompano film e opere tetrali in tv. Che la pubblicità sia finalmente trasmessa (come dice la normativa europea) solo negli intervalli.

BILVIA GARAMBOIS

ROMA. «Non possiamo conti-nuare a ricevere schlaffi, sputi in faccia e insulti. Non possiamo contaccia e insulti. Non possianto con-rimuare a subire queste aggressioni, questa ribalderia barbarica. Non ci debborio più essere internazioni pubblicitarie nei film: tanto impe-io e tanta durezza sono firmati Fe-derico Fellini. Era il 1990. Qualche anno prima il regista voleva pro-muovere un referendum, insieme di altri regista voceba proad altri registi, perché gli spot non straziassero più i loro film. Poi, nell'89, era arrivata la direttiva Cee, battezzata «Tv senza frontiere», che bautezata av senza udrineres, che in materia di spot è esplicita: un'in-terruzione ogni 45 minuti. Gli auto-ri e il pubblico piti avventio tirano o un sospiro di sollievo, l'Italia doveva ben adeguarsi a una nor-ma comunitaria!

Non sì spezza una storia, non si interrompe un'emozione»: fu que-sto lo slogan di una battaglia cultu-

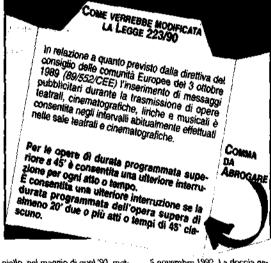
rale sottoscritta da tutto il mondo inteliettuale italiano. Assemblee, convegni, manifesti. Chi poleva opporsi a una battaglia di civilità? Ma nei giorni dell'approvazione della -legge Mammi- alla Camera, in quell'agosto surriscaldato del 90. Fellini girava per le stanze del potere con grande preoccupazione, incontrava sottosegretan, ono-revoli. Legge europea o no, tirava revolì. Legge europea o no, tirava una brutta aria, a Palazzo: aria di voto di fiducia. Al Senato, infatti, era passato un emendamento imera passato un enterioramento in-portantissimo, che raccoglieva l'al-larme dei registi, «non più spot nei film». Un emendamento che non piacceva al Berluscomi, che non pia-ceva al Psi, «Qui non si tratta di reca ai rs. "qui ilon si vada di mercanteggiare: è una questione etica e morale – tuonava Fellini –: di rispetto verso se stessi e non solo verso gli autori. Ma. come una mannata, il voto di fiducia a Mon-

se vince il Sì

Se vinceranne i si nei questita rieferendario sulfe interruzioni purbilicitari durante la messa in onda dei film in tv., verit ripristita l'articola generale della legge filammi che si riò alla direttiva auronac. Che prescribe in steente suropea. Che prescrive in gener che l'inscrimento delle interrusi lcitaria durante la trasmisione di opere teatrali, municoli e di film può avvenire unicoments durante gli intervalii effettuati sultualmente nel teatri e nelle sale cinomatografiche. Polché la tegge Mammi prevede in questi casi delle eccazioni che sono diventate la norma nel nostro panorama televisivo, Il Si le abolirà e concentrerà gli spot solo nell'intervato tra i due tempi dei 19m, ottre che all'inizio e alla fine di

tecitorio tagliò quell'emendamento. In Italia i film potevano conti-nuare ad andare in onda «tra uno

Passano i mesi, passano due anni. Un altro problema si affaccia all'orizzonte: Bertusconi acquista la Mondadori, la sua «posizione dominante» sul mercato diventa «straripante». E il Garante, prof. Santa-



niello, nel maggio di quel '92, mette uno stop: la pubblicità di Berlu-sconi deve venir «congelata», il fatturato non deve - almeno per quell'anno - superare quello del '91; neanche uno spot in prù. Per i politici ora non c'è solo un probleme di ty a singbiozzo, ma diventa sempre più esplosiva la questione dell'antitrust.

5 novembre 1992. La doccia gelata per il Governo italiano arriva da Bruxelles. Cinque cartelle fitte fitte firmate da Martin Bangemann il responsabile per l'attuazione del mercato unico: l'accusa è pesante. l'Italia è luori legge. «C'è troppa pubblicità nella vostra tv. denuncia la commissione europea. La frequenza degli spot è eccessiva; la

SOSTIENE IL...

il referendum umpe-dira di fatto la pubb i cita nei filip Ce television, private alvranno minori in tro ti pubblicitar i che porteranno alla scomparsa del fom

È falso. Se passerà il que-sito referendario, gli spot potranno essere trasmessi prima e dopo il film, e tra il primo e secondo tempo di ogni film. Gli spazi pubblici-tari vendibili saranno tre contro i cinque attuali. L'incasso economico non di-minuira, calcolando l'aumento del valore del singolo spot e il possibile aumento degli stessi spot in ogni in-terruzione. I distributori di film non tengono conto infatti del numero degli spot, ma dei migliore offerente cui vendere le pellicole. Inoltre, la possibilità di fare più interruzioni in opere realizzate e specificamente per il nicolo specificamente per il piccolo schermo, favorirà uno svi-luppo della fiction a rivalu-tera la visione dei film nelle sale cinematografiche.

Con la sola interruzione pubblicitaria tra primo e secondo tempo non di saran-

È falso. Basta vedere la classifica dei dieci film di maggiore ascolto in tv nel '94 in Italia e in Francia. I francesi, come gli italiani, hanno potuto vedere film di rhanno potuto vecere imin di successo come "Pretty wo-man" e anche "Robin Hood", "Il fuggitivo" e "Il giomo più lungo", ma senza le numerose interruzioni che ci sono da noi.

Sel film potranno es-sere interrotti solo neli intervalio, gij incassı pubblicitar dei el tv. private dimi-nuranno in hianiera catastrofica. È talso. Prendendo sempre ad esempio la Francia, si può riscontrare che il film Un poliziotto alle elementari" (da noi ottava nella top ten 1994 così come in Francia), ha portato più in-cassi pubblicitari a Tf1 che non a Canale 5.

normativa sulla etv senza frontiere: dice a chiare lettere che non si pos-sono avere intervalli interiori a venti minuti tra uno spot e l'altro, e che film, spettacoli musicali, lirici o teatraii possono avere interruzioni solo nell'intervallo. Non solo: si viola no le leggi sulla sponsorizzazione. Il nostro Paese non si è messo in regola, con una legislazione ade-guata, nei tempi previsti. È l'avvio di uno psicodramma legislativo. Come potra sopravvivere la tv – ci si chiede – senza Mike Bongiorno che pubblicizza ogni genere di

ercanzia? Infine, l'accordo: si passa alle stelepromozioni», escamotage che crea polemiche, ma che comunque è un primo passo per razionalizzare la pubblicità nell'etere. E incomincia il balletto sui tempi. Deve entrare in vigore per il giugno '93,

poi per la fine di quell'anno, infine il Parlamento decide: maggio '94. E da allora Funari vende prosciutti in

La telenovela non finisce così, L'Europa, infatti, non ci sta. În quel maggio del '94 da Bruxelles arriva una nuova reprimenda: ci sono ancora troppi spot pei film sulle tv italiane, soprattutto le telepromozioni equiparate a televendire sono un'invenzione troppo audace, un modo per eludere la direttiva Cee. Ma intanto in Italia è successo

qualcosa: a chiedere nuove regole per gli spot in rv ora sono i cittadini. Il 27 aprile il Comitato per il referendum "Per un'informazione puli-ta" inizia la raccolta delle firme: sono le associazioni culturali e del volontariato a promuovere tre rele-rendum per rivedere la legge Mam-

Il regista Gabriele Salvatores, premio Oscar, voterà a favore

«Finanziamo il cinema in altro modo»

MARCELLA CIARNELLI

 ROMA, Gabriele Salvatores non ci sta proprio a vedere un suo film interrotto d'improvviso da uno spot. L'autore di film culto della nuova stagione del cinema italiano (a cominciare da Mediterraneo premiato con l'Oscar) al questio referenderario sulla abolizione del la pubblicità nei film risponderà sì. non nascondendo, però, la spe ranza che si trovino presto modi nuovi per imanziare una espressio-ne culturale che, altrimenti, rischia di morire per mancanza di fondi.

Salvatores cosa prova un autor nel vedero, d'improvviso, inter-rotto il filo conduttore di una sua creatura ?

È avidente che l'interruzione di un Rim è una cosa che non è stala pensata dal regista e lorse nean-che dal produttore. È solo una brutta cosa. Bisogoa, quindi, pen-sare a formule intermedie di interwonto visio che, comunatte, nel finanziamento di un film l'aspetto del passaggio in televisione è molto importante Penso, ad esempio,

sul modello di quanto accade in almi paesi, ad un'unica interruzio ne a metà del film. Come già succede al cinema anche se per me, quella nelle sale l'abolirei Ma in televisione la troverei già più

accettabile.
Ma gli spot nel film, offre a interrompere l'azione, non alterano in qualche modo il ritmo del film

Peggio. A volte approfittando del-le interruzioni pubblicitarie le pel-licole in televisione vengono addi-ritura accarciate, a giudizio di chi le trasmette, per farte rientrare nei tempi previsti per la programma-zione. L'ho verificato per quanto riguarda miei film, ma anche per molti aliri. E questo mi sembra un aspetto molto serio dell'intera questione: i film in televisione ven gono spesso massacrafi, non solo

Ms, nella situazione in cui tenta di sopravivere il cinema italia-no, quanto è giusto porre queste questioni?

Sono consapevole delle difficoltà. In questo momento non ci sono proprio più i soldi per fare il cinema e, quindi, non bisogna dimen-ticare che i passaggi televisivi so-no uno dei metodi per aiutarlo a

vivere. Ma non solo a suon di spot. Quindi chi afforma che togliere la pubblicità significa avere meno soldi da spendere per fare film ha, in qualche modo, ragio-

È un ragionamento che toma fondamenialmente perché non è sta-to fatto nulla per finanziare il cinema in altro modo. Non c'è una legge che funzioni, non ci sono fi-nanziamenti. E. allora, pur votarido si al referendum e pur essendo convinti che le interruzioni all'in-terno dei film non vanno fatte, dobbiamo sapere a cosa andiamo. incontro. E che, comunque, il problema esiste. Di qui la necessità di inediare. Magari portando ad una sola interruzione. La Finnivest ora

Ma non pensi che il sapere che poi i film saranno «pottizzati» potrebbe portare gli autori ad

una forma di condizionamento? Certamente. Il mio produttore ri-schia di diventare questo o quel fabbricante di pasta o di biscotti per cui io potrei essere portato a fare film di un certo tipo, sicuramente da prima serata per poter essere contenitore di pubblicità per famiglia. Se lo spot diventa, se non l'unica, la principale forma di sostentamento del cinema, si rischia una sorta di censura preven tiva sulle idee. Tutti giù a fare film per tamiglie per offenere più pas-saggi. È i film su argomenti spiacevoli, seri saranno relegati in orari sempre meno graditi agli sponsor e, quindi, saranno anche finanzia-

dispensabile.
Tu hal mai fatto pubblicità?

ti sentore meno. L'equilibrio an-

questo caso mi sembra in-

St. Le maggiori richieste sono arri-vate dopo l'Oscar, ma ho ribunciato per evidenti motivi. Prima avevo latto gli spot delle caramel-le Rossana e della Fiat. Gli ultimi sono quelli per la Buitoni con Abatantuono, Faccio la pubblicità per molivi economici, non perchè

sia divertente. Con i soldi degli spot con la mia casa di produzio-ne ho potuto comprare sceneg-giature di film. Non ce l'avrei mai fatta senza la pubblicità. Anche se mi posso permettere di scegliere il prodotto da lanciare. Per alcuni non girerei mai uno spot. Però se penso che proprio grazie a Builoni ho potuto sviluppare la sceneggiatura di un prossimo, buon film di cui, per ora, non posso ancora

<u>Il Salvagente regala la Guida</u> al 740 e il modello per il coniuge

ACCOMPANY OF THE PARTY AND ACCOMPANY OF THE PARTY OF THE P



Completiamo così l'operazione iniziata la scorsa settimana per farvela sbrogliare da soli con la dichiarazione dei redditi. E i nostri esperti rimangono a vostra disposizione...

in edicola dall'11 maggio a 2.000 lire