

VERSO I REFERENDUM.

Ricorso di Ambra e Lentini: «Non usate le nostre immagini» Appello delle progressiste: no al ricatto sulle telenovelas

ROMA. Ci hanno pensato su un di giorni e poi, a poche ore dalla messa in onda degli spot del Sì su Rete4 e Italia1, Ambra Angiolini, la replicante di Boncompagni e Gian Luca Lentini, calciatore in forza al Milan di Berlusconi, hanno fatto sapere di non essere d'accordo sul fatto che loro immagini di repertorio siano usate nei filmati girati dal Comitato del Sì. Un collage di fotogrammi di personaggi noti, tutto quanto è televisione, scelti per affermare con chiarezza che nessuno vuole cancellare quello che fin qui è piaciuto agli italiani. Questa spiegazione non è bastata ad Ambra e a Lentini che hanno, via fax, diffidato attraverso i loro legali il Comitato ad usare gli spot con la loro immagine. Immediata la reazione di Stefano Semenzato, coordinatore nazionale del Comitato: «Siamo certi che i legali non abbiano visto gli spot che sono stati consegnati alla Fininvest. Come i telespettatori potranno constatare, né le immagini né il testo suggeriscono l'adesione delle persone ad una opinione sui temi referendari ma testimoniano semplicemente momenti tra tanti della vita della televisione, per di più in un contesto positivo. L'immagine di Ambra e di Lentini, così come quella di tanti altri personaggi pubblici non è né sfruttata, né danneggiata. La stessa Fininvest usa in alcuni suoi spot immagini di repertorio di personaggi pubblici (il Pontefice, Di Pietro e tanti altri) senza aver chiesto il loro consenso. L'eventuale mancata emissione o mutilazione degli spot sarebbe dunque un atto gravissimo e pretestuoso. Sarebbe l'ultima e più clamorosa dimostrazione di una campagna impari e censoria nei confronti degli argomenti del Sì».



Due protagonisti della soap «Beautiful». Dall'alto Ambra, Gianluca Lentini e Natalia Aspesi



«Votate tranquille Ridge e Brooke non spariranno»

Puoi vedere Beautiful e votare Sì, anche se la soap più amata dalle italiane è sulle reti Fininvest. Lo dicono parlamentari e giornaliste progressiste che hanno firmato una lettera invitando le telespettatrici a non lasciarsi ingannare dagli spot del No, che agitano lo spettro della scomparsa dei loro programmi preferiti. Si associa anche Natalia Aspesi, che afferma di vedere ormai la tv solo per Beautiful. E certo non è una massaia.

MONICA LIPONDO

ROMA. Il Sì non manderà via soap e telenovelas. Parola di parlamentari e giornaliste progressiste. Che hanno firmato una lettera (Gloria Buffo, Giovanna Grignaffini, Pinuccia Cazzaniga, Chiara Valentini, Anna Maria Mori, Anna Maria Crispino, Donatella Raffai, Dana Milani, Bia Sarasini) per ribadire che le donne che guardano Beautiful o Santa Barbara prendono in mano il telecomando anche per vedere il telegiornale o seguire Santoro. «Proprio per questo - è scritto nella lettera - possiamo tranquillamente guardare lo spot di un prodotto senza sentirci obbligate a comprarlo: non solo perché sappiamo valutare e fare i confronti, ma soprattutto perché siamo certe che chi fa uno spot lo fa soprattutto per il suo interesse e non sempre il nostro».

Fininvest censura la campagna del Sì? Oggi il Garante decide sugli spot

Ambra e Lentini hanno detto No. Per ora non sulle schede referendarie ma all'utilizzo della loro immagine negli spot per il Sì. E la Fininvest dà loro ragione nella sostanza. Semenzato, coordinatore del Comitato per il Sì: le immagini non sono state usate in modo strumentale. Gli spot del Sì dovrebbero cominciare ad andare in onda, oggi è sempre oggi la Fininvest dovrebbe incontrare il Garante. Pronto in commissione il testo per la riforma dell'emittenza.

MARCELLA CIARNELLI

no del No. A norma di legge.

Craxi fece ricorso, ma...

Non è facile trovare analogie con quanto sta accadendo nella pur ricca giurisprudenza. Un caso simile potrebbe essere quello che vide dieci anni fa l'allora presidente del Consiglio Craxi contro La Repubblica. Una foto di Craxi pensoso (o assopito?) fu utilizzata per la campagna pubblicitaria «Repubblica sveglia l'Italia». All'epoca leader, ancora ben saldo in sella, la cosa piacque poco. E parò il ricorso con relativa richiesta di danni. Il magistrato dette ragione al quotidiano poiché «se la foto di un per-

sonaggio pubblico non può essere usata a fini commerciali senza il suo consenso nel caso in questione la foto non era diffamatoria e poteva dunque essere pubblicata». Gli spot referendari non hanno nulla di commerciale e, quindi, ancor meno che nel caso dell'ex presidente del consiglio Ambra e Lentini possono gridare all'uso improprio della loro immagine.

Aspettando gli eventi, non va dimenticato che resta aperto un altro fronte. E non di scarsa rilevanza. La Fininvest, dovrebbe, in queste ore far conoscere al Garante per l'editoria le proprie controdeduzioni a proposito della lettera di richiamo

che il professor Santaniello ha inviato rilevando l'uso improprio di alcune trasmissioni di intrattenimento. Lo stesso Fedele Confalonieri l'altro giorno aveva assicurato che per ieri sulla scrivania del Garante ci sarebbe stata la risposta della azienda da lui presieduta. Così non è stato. Ma tutto potrebbe risolversi con un incontro, oggi, a Roma. Dopo di che, se le spiegazioni non saranno esaurienti, così come il Garante ha affermato, il suo ufficio dovrebbe provvedere a quantificare gli spazi risarcitori che le reti Fininvest dovrebbero mettere a disposizione del Sì. E gratis. «Siamo pronti a riempire qualunque spazio ci metteranno a disposizione» dicono al Comitato aspettando le prossime ore.

Riforma, la proposta Bogli

Sul fronte istituzionale c'è da registrare un nuovo passo avanti alla Camera per il varo della riforma del sistema radiotelevisivo. Ieri Giorgio Bogli, relatore alla commissione speciale presieduta da Napolitano, ha presentato la sua proposta che potrebbe costituire il testo base per la discussione e l'ap-

provazione della riforma. Per consentire ai gruppi di valutare la proposta è stato deciso che il comitato ristretto si pronuncerà sul testo mercoledì prossimo 7 luglio. Il presidente Napolitano, in un comunicato, ha ribadito la sua convinzione che «qualunque sia l'esito del referendum resta inalterata l'esigenza di procedere con serietà e speditezza nella definizione di una legge di riordino complessivo del sistema radiotelevisivo. Ciò non significa che non si dovrà tenere conto dei risultati della consultazione dell'11 giugno. Il testo predisposto dal relatore affronta, sia chiaro, tutti gli aspetti essenziali del problema nella sua complessità e nella sua dinamica evolutiva, ben al di là dei soli punti toccati nei requisiti e nello stesso tempo prospetta per questi ultimi soluzioni più articolate di quelle previste dai referendum e opportunamente connesse con i vari tasselli del riordino del sistema. Ciò premesso - ha concluso - dopo l'11 giugno sarà possibile verificare se le soluzioni previste dal testo unificato si raccordano con la volontà espressa in un senso o nell'altro dal corpo elettorale».

«Io vedo solo le soap, però...»

«Quegli spot considerano un certo tipo di donne soggetti fragili - dice - che dunque possono essere convinte facilmente e in fretta. Pensano che chi vede le soap creda anche a quelli che le mandano in onda. Gran parte delle donne ragiona con la loro testa, e molti sono gli uomini che invece non lo fanno, pur leggendo dieci giornali al giorno. E offensivo che la pubblicità si rivolga solo a quelle donne. Io vedo solo la soap, perché i telegiornali e l'informazione sono ormai inguardabili». La campagna del No è comunque dura e mantellante e Natalia Aspesi non è certa che vinceranno i Sì. Andrà a votare solo per i tre questi che riguardano la tv, ma non per quello sulla privatizzazione della Rai: «Fin quando un mezzo così potente era governato da vari poteri politici c'era comunque un controllo, anche se distorto. Non possiamo aspettarci lo stesso dalle tv private, potrebbero essere tanti Berlusconi che si preoccupano solo di guadagnare».

Appello di Gervasio per il pluralismo. No, invece, all'abolizione del doppio turno Azione Cattolica: più tv più libertà

ROMA. Il presidente dell'Azione cattolica, Giuseppe Gervasio, in un editoriale che apparirà sul settimanale Segno-Serie, si pronuncia per «un rinnovamento del sistema radiotelevisivo», interpretando le aspirazioni e le richieste pressanti delle radio e delle tv cattoliche che, in questi ultimi anni, hanno visto crescere la loro audience, mentre le loro possibilità di ulteriore espansione sono state ostacolate dall'esistenza del duopolio Rai e Fininvest. Ecco perché il presidente Gervasio auspica che «l'esito del voto referendario favorisca l'accesso al sistema radiotelevisivo del maggior numero di voci diverse ed aiuti a superare le forme esistenti di oligopolio, anche per quanto riguarda il mercato della pubblicità, che ha la capacità di condizionare economicamente la circolazione delle opinioni». Una chiara indicazione perché l'Azione cattolica si mobiliti per il «sì» per ragioni di ampliamento «della partecipazione democratica» per la quale diventa essenziale, oggi, un'informazione corretta e realmente pluralista. Infatti, Gervasio auspica che il referendum porti ad un rinnovamento del servizio pubblico radiotelevisivo quale strumento volto a garantire il libero

Per i referendum in materia televisiva, il presidente dell'Ac, Giuseppe Gervasio, si pronuncia per il «sì» ossia per «un sistema radiotelevisivo del maggior numero di voci diverse ed aiuti a superare le forme esistenti di oligopolio». La riforma aprirebbe nuove prospettive alle 254 radio ed alle 35 tv che hanno un'audience di 6 milioni 300 persone e poca pubblicità. Per un loro potenziamento, la Cei ha deciso di creare la News-Press.

ALCESTE SANTINI

accesso all'informazione e la libera circolazione delle opinioni e delle espressioni culturali. Il vice presidente della Cei, mons. Dionigi Tettamanzi - come conferma l'ampio comunicato diffuso ieri sui lavori della recente assemblea plenaria dei vescovi - ha annunciato che sarà presto creato un Centro di produzione, che si chiamerà News-Press, per offrire notizie e servizi via satellite alle 254 Radio e 35 Tv cattoliche operanti oggi in Italia. Ha, inoltre, detto che «le emittenti radiofoniche sono, oggi, presenti in tutte le regioni, mentre quelle televisive in 14 regioni e coprono tutto il territorio nazionale», precisando che «l'ascolto televisivo complessivo medio giornaliero è di almeno 5 milioni di utenti e quello radiofonico di almeno un

milione e 300 mila ascoltatori». Si tratta - ha aggiunto - di una buona base per aprire a queste emittenti nuove prospettive, soprattutto se, con una nuova legge che riformi l'intero sistema televisivo, verrà a cadere il cosiddetto «duopolio» della Rai e della Fininvest che ha soffocato, finora, le televisioni piccole. Di qui il grande interesse del mondo cattolico perché il referendum del prossimo 11 giugno lavori «la pluralità delle voci» e si arrivi, quanto prima, anche in base alle indicazioni date dalla Corte Costituzionale, alla tanto attesa riforma di cui si sta occupando la Commissione presieduta da Giorgio Napolitano. Per queste ragioni, il presidente dell'Ac, Gervasio, sottolinea, significativamente, che «i quattro referen-

dem in materia di televisione sono quelli di maggiore rilevanza, anche perché toccano in parte una materia nella quale la Corte Costituzionale si è già pronunciata imponendo comunque la revisione della vigente normativa - la legge Mammì - entro l'agosto 1996». Dopo aver rilevato che, in base al nostro sistema costituzionale, i referendum, in quanto abrogativi, non possono avere una «portata risolutiva», ma, piuttosto «incidere sulla funzione legislativa», Gervasio mette in guardia i cattolici dal pericolo che il referendum sui sindacati potrebbe eliminare, nelle elezioni del Sindaco nei Comuni con oltre quindicimila abitanti, il doppio turno e il ballottaggio. Così come hanno «un chiaro significato i quattro referendum in materia sindacale». A tale proposito, il presidente dell'Ac ricorda che «in materia sindacale le scelte dovrebbero essere orientate a rafforzare il sindacato come strumento di responsabile partecipazione alla vita sociale e di tutela degli interessi dei lavoratori nel quadro del complesso sviluppo economico e sociale del Paese, al di là di pretese particolaristiche e di chiusure corporative». Per il commercio si possono adottare forme che non sacrificino la festività domenicale.

Advertisement for 'COLORS 11 VIAGGI' featuring a travel agency logo and the text 'Spectate viaggi Travel special' and 'in vendita dal 1 giugno nelle migliori edicole e nei negozi benetton'.