



L'Unità *due*



MARTEDÌ 23 DICEMBRE 1997

EDITORIALE

Rai, ridefiniamo i compiti del servizio pubblico

ROBERTO BARZANTI

LA TELEVISIONE pubblica è sempre più investita da interrogativi e problemi che ne mettono in discussione ruolo, finalità e futuro: in Italia come in Europa. Il protocollo che è stato aggiunto al Trattato dell'Unione Europea prospetta, in realtà, una soluzione che lascia aperte molte strade. Da quando tutti i sistemi di radiodiffusione hanno assunto un carattere misto, la richiesta delle emittenti private di impedire trattamenti di favore o sostegni lesivi dei principi di libera concorrenza si è - come si sa - andata facendo sempre più insistente.

Le formule adottate ad Amsterdam da un lato riconoscono che è competenza degli Stati provvedere al finanziamento del servizio pubblico e deciderne le relative modalità, ma si sottolinea che ciò può essere consentito se «tale finanziamento sia accordato agli organismi di radiodiffusione ai fini dell'adempimento della missione di servizio pubblico conferita, definita e organizzata da ciascun Stato membro». In sostanza, l'indicazione spinge a chiarire, nel complesso panorama che si è venuto formando una più chiara distinzione di funzioni che elimini sovrapposizioni inaccettabili e commistioni scorrette. Non è escluso che operino, come del resto accade, organismi che attingano risorse da varie fonti e che proprio per questo, svolgano un'attività che risponda contemporaneamente a logiche di mercato e finalità informative non subordinate a valutazioni o criteri commerciali. È questo il caso della Rai e di ogni altra emittente pubblica che si proponga di ristrutturarsi aprendo anche ai privati e assumendo un ruolo crescente nelle grandi sfide alle quali oggi il mondo delle comunicazioni deve rispondere. Il carattere misto di un sistema - si potrebbe aggiungere - non è determinato solo dal fatto che registra la presenza di soggetti pubblici o privati, ma dall'intreccio che nelle società o negli enti si avrà fra risorse e dinamiche di vario segno e provenienza. Il fatto che ci si proponga di rispondere a obiettivi di utilità generale è, quindi, più importante e distintivo perfino della veste societaria dell'impresa o della holding di imprese. Per

prudenza il protocollo elaborato faticosamente ad Amsterdam aggiunge che il finanziamento pubblico non deve perturbare «le condizioni degli scambi e della concorrenza nella comunità in misura contraria all'interesse comune, tenendo conto nel contempo dell'adempimento della missione di servizio pubblico». Balza agli occhi quanto questa ulteriore precisazione sia contorta e controbilanciata quanto affermato in precedenza, richiamando alla necessità che non si formino comunque posizioni di dominio, tanto meno privilegi di vecchio stampo. Insomma, ancora una volta verbo europeo apre più interrogativi di quanti non ne chiuda. Ognuno potrà leggerlo tirandolo dalla sua parte. Non dimenticando che sancisce anche principi non secondari e fino a poco tempo fa abbastanza controversi.

NELLA POLEMICA, da varie parti si è sottolineata l'urgenza di distinguere con nettezza i compiti del pubblico dai fini commerciali. Se un tale assunto portasse all'esaltazione di un servizio pubblico «puro», formativo, culturale, del tutto disinteressato al convulso andamento dei mercati e interamente sostenuto dai cittadini e dallo Stato, si rischierebbe di arretrare.

Il problema della qualità come quello del pluralismo o della rispondenza a fondamenti etici e formativi, sono questioni che investono l'intero sistema e coinvolgono tutti i segmenti che lo compongono. Sarebbe fuorviante trattere i lineamenti di un serio e nobile pubblico al quale affidare la difesa dei principi essenziali che devono essere alla base dell'informazione e consegnare tutto il resto alla truce spontaneità del profitto.

Una appartata e guardinga Bbcin salsa italiana non risolverebbe in alcun modo i nodi difficili da sciogliere per rafforzare il pluralismo, estendere la qualità e consentire a un vasto numero di imprese grandi e piccole di competere in uno scenario ogni giorno più globale.

SEQUE A PAGINA 8



Essere o non essere?

C'è o non c'è la vita su Marte? L'interrogativo divide gli scienziati. Alcuni accusano la Nasa di accreditare scoperte infondate. Gli ultimi dati giunti dal robotino Sojourner

PIETRO GRECO A PAGINA 3

Sport

CALCIO A Ronaldo il Pallone d'oro '97

Come annunciato, il Pallone d'oro è andato al campione brasiliano Ronaldo. È la stella dell'Inter ha dedicato all'Italia il prestigioso trofeo.

IL SERVIZIO
A PAGINA 11

UDINESE

Gigi Riva: «È Bierhoff l'arma in più»

Gigi Riva, ex bomber della nazionale non ha dubbi: l'Udinese sarà tra le protagoniste del campionato. «Ha tutte le carte in regola e una arma in più: Bierhoff».

IL SERVIZIO
A PAGINA 11

SCI

Salta lo slalom di Campiglio È polemica

Annullato in Trentino ancora uno slalom. Alberto Tomba duro con la Fis: «È un attacco a Madonna di Campiglio. Vogliono cancellarla dalla coppa del mondo».

IL SERVIZIO
A PAGINA 12

SAMPDORIA

Klinsmann lascia e torna al Tottenham

L'attaccante tedesco reduce da un inizio di stagione deludente con la Sampdoria lascia i blucerchiati per il Tottenham dove aveva giocato nel '94.

IL SERVIZIO
A PAGINA 11

All'Archeologico di Firenze l'improvvisata ed esilarante kermesse dell'artista

Sorpresa, Paolo Poli cicerone al museo

Il mostro sacro del teatro ha riempito le sale, poco visitate anche dai turisti, con un'inedita esibizione.

d e l l a s e t t i m a n a

nel numero di domani in edicola troverete

Racconto di Natale

In un piccolo cimitero della Val di Sole è sepolta una ragazza della Sierra Leone, uccisa da un frate cappuccino. Chi era? Era colpevole di qualcosa? Una storia di uomini e donne da leggere davanti al camino

Il nostro inviato nella mafia dei tartufi

San Pietroburgo dov'è finito il mito della nuova Russia

Nasi adunchi: polemica con Sergio Romano sullo stereotipo antiebraico

Libri, cinema teatro, musica e un racconto di Yeshim Ternar

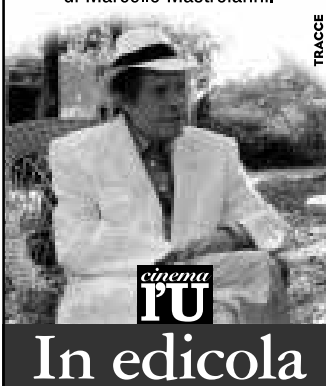
FIRENZE. «In questa stanza anni fa ho visto i bronzi di Riace: se volete ora ci si spoglia anche noi». Al museo archeologico di Firenze ecco a sorpresa un cicerone di tutto rispetto. Niente meno che Paolo Poli, mostro sacro del teatro, artista geniale, con il compito di richiamare pubblico in un museo poco frequentato anche dai turisti, attratti più dalla Firenze Rinascimentale. E per assistere alle kermesse di Paolo Poli le sale del museo si sono rapidamente riempite.

Gustando fino in fondo l'umorismo devastante, l'ironia totale, la bravura incomparabile e la battuta dottamente sconcia di colui che, si è voluto definire, uno che «di arte antica non so nulla, come la più sprovvista delle sartine».

DOMITILLA MARCHI
A PAGINA 7

Marcello Mastroianni Mi ricordo, sì, io mi ricordo

Per la prima volta in videocassetta l'autoritratto indimenticabile di Marcello Mastroianni.



In edicola

Tutto scintillante e perfetto, da far rimpiangere le risse familiari

Elogio degli spot di Natale

ENZO COSTA

NEL PAESE Che Vorrei gli spot pubblicitari sul Natale sono strazianti. Si vedono famiglie sotto l'albero, ma non riunite: divise. Papà che se ne fregano altamente dei figli, mamme che bisticciano con le suocere perché il tacchino fa schifo, nonni ai quali invece dello spumante danno da bere litri di sonnifero, così dormono e non rompono. Le pubblicità dei panettoni le fanno direttamente le fabbriche dei prodotti in plastica. «Tanto» dicono gli antipatissimi testimonial «il gusto è quello». Il pandoro degli spot è talmente duro da masticare che si chiama pandacciao: «Pandacciao Ahichimagna, chi lo adenta si lagna». Le pubblicità sulle offerte natalizie dei supermercati mettono angoscia: si vedono uomini e donne, grandi e piccini, che si lanciano sguardi feroci, schiacciati come sardine in scatola, incollati davanti alla cassa con sulle spalle dei pacchi giganteschi pieni di regali dichiaratamente inutili: spremiagrumi multimediali con autoradio incorporata che funziona

solo sott'acqua; rasi elettrici che mentre ti radi ti tagliano la faccia però ti fanno l'oroscopo; telefonini domestici a forma di water per chiamare in cucina mentre fai la pipì in bagno; water a forma di telefonini per fare la pipì con business card in orario d'ufficio. Una musicaccia assordante che in confronto l'heavy metal è celestiale introduce una voce odiosa che scandisce lo slogan: «Offerte natalizie Sbanca, la casa dei pisquani: paghi tre prendi due». Ma lo spot più atroce del Paese Che Vorrei è quello in cui appare Babbo Natale: non solo perché arriva su di una slitta trainata da facchini albanesi pagati poco e male (le renne si sono estinte), non solo perché si vede benissimo che i bambini a Babbo Natale non credono e sono convinti che è il loro papà che si è fatto crescere la barba per non usare il rasoio elettrico con oroscopo che vi ho descritto prima. Ma soprattutto perché si vede benissimo che Babbo Natale non crede ai bambini: «Di sti mocciosi me ne frego» recita «sono qui solo per appioppare a

voi telementi polli questo set di pentole in latta inossidabile». Il tutto in un tripudio di luci fioche, scenografie squallide, interni desolati, inquadrature sbagliate, atmosfere nevrotiche.

Sono proprio orrendi, gli spot sul Natale del Paese Che Vorrei. Ma per fortuna, nel Paese Che Vorrei, come in tutti i paesi del mondo, la pubblicità è il contrario della realtà. Ecco perché il Natale vero del Paese Che Vorrei è un Natale bellissimo: famiglie unite sul serio, panettoni e pandori squisiti, regali pochi ma buoni, utili e sentiti, Babbo Natale che esiste e crede ai bambini, renne in pieno boom demografico che sfrecciano veloci e senza slitta da trainare, facchini autotocci pagati come da noi i presentatori della tivù, immigrati albanesi benestanti. Tutti lieti e sereni davvero, compresi i tacchini, visti che a Natale, nel Paese Che Vorrei, si mangia vegetariano. Un posto da favola, il Paese Che Vorrei. Ma purtroppo io abito nel Paese Che C'è. E qui da noi gli spot pubblicitari sul Natale sono stupendi.