

ah, i censori!

L'ULTIMA DI BONATESTA (AN) «EVA ROBIN'S TURBA I MINORI» «Chiediamo lo spostamento in seconda serata della puntata della fiction di Canale 5, *Il bello delle donne due*» (che andava in onda ieri sera). La richiesta arriva da Michele Bonatesta (An) della commissione di Vigilanza sulla Rai. Il fatto è che la puntata affronta il tema del transessualismo con la partecipazione di Eva Robin's. Spiega Bonatesta: «Sarebbe una grave e inaccettabile violazione del codice di autoregolamentazione tv a tutela dei minori firmato, neanche una settimana fa, anche dalle reti Mediaset». E infine: «I minori non posseggono ancora gli strumenti per filtrare adeguatamente determinate scene e contenuti, incidendo sul loro sviluppo psichico».

censure

## COME MAI, COME MAI... GASPARRI CHIUDE LA TV DEGLI OPERAI DI TERMINI IMERESE

Gabriella Gallozzi

È durata appena tre giorni l'«esperienza» di Telefabbrica, la tv comunitaria aperta lo scorso 30 novembre a Termini Imerese per documentare la drammatica battaglia degli operai Fiat. L'altra mattina, infatti, i carabinieri hanno chiuso la piccola emittente «pirata» su richiesta del ministero delle Comunicazioni che contesta la violazione dell'articolo 195 del codice postale, cioè l'accensione di un impianto senza autorizzazione. Smontata l'antenna, chiuso l'appartamento-redazione, i carabinieri di Termini hanno notificato la violazione ad Andrea Zulini, uno dei quattro responsabili dell'emittente palermitana. In questi giorni Telefabbrica - che fa parte del network Teletreet, le tv di quartiere che hanno «debuttato» a Bologna con Orfeo tv e che presto apriran-

no anche a Genova, Firenze, Roma - ha trasmesso nella zona di Termini bassa nel cosiddetto «cono d'ombra» del canale 31, senza cioè oscurare altre reti. Con un raggio d'azione di poche centinaia di metri. Proponendo due ore al giorno di immagini, interviste e servizi sulla crisi dello stabilimento Fiat, offrendo cioè una voce libera e completamente al servizio degli operai che rischiano di perdere il posto di lavoro.

«Il nostro è un progetto politico per dare spazio ad una informazione negata dai media ufficiali - spiega Andrea Groppero, tra i fondatori di Teletreet -. Così come stiamo facendo con Orfeo tv a Bologna che trasmette nello spazio ristrettissimo di via Orfeo, ma che ospita video, corti, servizi e contri-

buti che ci vengono offerti da tanti autori». Il lavoro degli «hacker dell'etere», ovviamente, è tutto volontario e si basa sull'impegno personale. Poiché, come prosegue Groppero, l'obiettivo «è diffondere la coscienza che sia possibile rompere il monopolio della comunicazione prendendosi semplicemente la responsabilità di comunicare, con tutti gli strumenti, anche quello televisivo. Anche Rete4 non dispone della concessione ma il Ministero non la chiude. Per questo trovo sconcertante la chiusura di Telefabbrica, in un momento così grave come quello che stanno vivendo gli operai di Termini Imerese».

È dalla parte dell'emittente «pirata» si schiera anche Luigi Purpi il sindaco di Termini: «È asso-

lutamente inopportuno notificare un'ordinanza come quella dell'altro giorno alla piccola tv del mio paese. Questo atto, anche se dovuto, non fa altro che accrescere le tensioni intorno alla vertenza Fiat».

Per questo il sindaco chiede che «vi sia un po' più di rispetto per chi, come noi, si sta battendo per la dignità umana oltre che per quella dei lavoratori vivendo giornalmente da più di due mesi un dramma che sembra non avere fine. E quindi una trasmissione, tra l'altro vista solo nella parte bassa di Termini, non credo che sconvolga la legge che regola i segnali delle emittenti televisive, quando invece per anni si è vissuto, o si sta vivendo, nella giungla dell'etere».

**Fortebraccio & l'orsignori**

in edicola con l'Unità a € 3,10 in più

# in scena

teatro | cinema | tv | musica

**Fortebraccio & l'orsignori**

in edicola con l'Unità a € 3,10 in più

Silvia Garambois

ROMA Auditel fuori legge? La notizia ieri è corsa come un fulmine nell'etere delle tv: l'Intesa dei consumatori (quella che riunisce le sigle più famose, da Adoc a Adu-sbef, Codacons, Federconsumatori) ha fatto un esposto alla Procura della Repubblica di Roma perché il rilevamento degli ascolti tv non sarebbe in regola con le nuove norme di trasparenza sui sondaggi, varate dall'Authority pochi mesi fa. Prona la risposta: «L'Auditel non è un sondaggio ma una società che conduce rilevazioni». A prima vista sono questioni di lana caprina, cose da azzeccarbugli: quando si parla di Auditel è più divertente pensare alle polemiche delle ultime settimane con Gianni Morandi in mutande premiato da improvvisi picchi d'ascolto, a Fiorello che invita a cambiare canale di fronte a una foto di Marzullo e "sposta" tre milioni di telespettatori, alle paradossali "tre-gue" del sabato sera firmate da Canale5 e Raiuno, che varano il "silenzio stampa" sui dati Auditel. Nella realtà è invece un problema politico, di politica dell'informazione, che si trascina da anni: l'Auditel - come dichiara anche Felice Lioy, che è consigliere d'amministrazione Auditel e presidente dell'Upa, Utenti Pubblicitari Associati - «è fatta soprattutto per misurare gli ascolti agli effetti delle scelte pubblicitarie». Tutto qui. Era nata per mettere un po' d'ordine e dare qualche certezza ai pubblicitari che investivano miliardi negli spot, per rispondere alla loro domanda più pressante e preoccupata: «ma quanti consumatori ci guardano?». È diventata invece lo strumento su cui si misura il successo delle trasmissioni, attraverso il quale si costruiscono i palinsesti delle tv: programmazioni che - di conseguenza - nascono prima di tutto come contenitori di spot.

«Ci sono troppe domande poste all'Auditel da cittadini, associazioni, parlamentari, che hanno avuto risposte poco soddisfacenti», commenta Antonello Falomi, ds, della Commissione di Vigilanza Rai: «Se questa iniziativa porterà a quelle risposte, allora sarà positiva». Il nodo vero resta un altro: deve essere l'Auditel a decretare il successo delle trasmissioni, a influenzare le scelte delle tv? Il primo pro-

Era nato solo per dare risposte agli inserzionisti e si è trasformato nel giudice unico. Gli statistici incalzano: il sistema non è scientifico



*E se fosse fuorilegge? Il meccanismo che decreta il successo o il fallimento di un programma tv viene ora denunciato da tutte le associazioni dei consumatori. È infedele, accusano, e fuori regola...*

blema che viene sollevato nei confronti di Auditel riguarda infatti proprio la scelta del campione di telespettatori: «Sono stati loro stessi a spiegarlo, la scelta delle famiglie Auditel non avviene come per le indagini statistiche, ma c'è una scrematura del campione, vengono accettate solo le famiglie che guardano da un certo numero di ore di tv in su. Per gli statistici, questa non è una scelta scientifica». Il mercato delle tv ne resta drogato, scompaiono le scelte di chi guarda la televisione in modo selettivo,

ragionato. Certo, le famiglie Auditel rispondono a un criterio utile per il committente, si tratta sempre di grandi consumatori di pubblicità, ma non è detto che rappresentino anche la fotografia dell'Italia davanti al piccolo schermo. E la politica sta a guardare? «La politica ha già risposto, con la legge Maccanico: accanto all'istituto di rilevazione finalizzato al mercato pubblicitario - spiega ancora Falomi - è previsto un soggetto terzo che abbia una sua strumentazione per la rilevazione de-

gli ascolti». Ma la legge 249 del '97, meglio nota come legge Maccanico, voluta dal centrosinistra, ancora giace inattuata. Sono passati cinque anni e solo adesso, forse, qualcosa si comincia a muovere nelle stanze dell'Autorità della Comunicazione... Certo, comunque, in questo periodo c'è un grande nervosismo: quella circolare che ha girato qualche giorno fa per la Rai - e probabilmente anche per Mediaset e La7 - in cui si invitava a non prendere in giro l'Auditel, ha chiarito senza ombra di



dubbio chi comanda nei palazzi della tv. Scherza coi fanti, ma...: nel documento interno vengono messi all'indice «atteggiamenti volti a ridicolizzare e gettare discredito verso il sistema di rilevazione», si «rappresenta l'opportunità di evitare forme plateali e/o suggestive tese esclusivamente alla delegittimazione di un sistema legittimo di rilevazione degli ascolti». Una circolare dal sapore assai sgradevole. Qui entrano in scena le associazioni dei consumatori, che contestano proprio questa «leggittimità», per «mettere fine alla segretezza del campione di 5mila famiglie su cui si basano le rilevazioni»: «All'interno del regolamento dell'Authority - sostengono - si afferma che per sondaggio si intende ogni rilevazione di opinioni, comportamenti, giudizi, atteggiamenti, previsioni... che consente di generalizzare i risultati al collettivo di riferimento. È evidente che la norma in questione include anche i dati di rilevazione dell'Auditel».

Inoltrandosi nelle norme le associazioni dei consumatori rilevano punto su punto le presunte mancanze di Auditel, che riguardano la pubblicizzazione e la trasparenza di committenti, campione, tipo di rilevazione, percentuali e share. Lioy, a nome dell'Auditel, risponde che l'Authority è regolarmente a conoscenza dell'impianto e delle metodologie della società, e aggiunge: «nel consiglio d'amministrazione della società, oltre all'Upa (cioè ai pubblicitari, ndr), siedono rappresentanti Rai e Mediaset. E nessuno dei soggetti ha interesse a che i dati possano avere il benché minimo scostamento. Tutti i soggetti che ne fanno parte, insomma, sono preparati ed attenti a dare la massima obiettività a queste indagini». In più una precisazione che riguarda i pubblicitari: Auditel «è presieduta dall'Upa, nella persona di Giulio Malgara, che rappresenta gli investitori ed ha tutto l'interesse ad avere dati obiettivi e reali. Guai se ci fossero scostamenti a favore di un'emittente piuttosto che di un'altra». Come dire, un ottimo strumento di marketing: chi pubblicizza panettoni e spumanti vuole sapere esattamente come finiscono i suoi soldi. Poiché però non si vive di soli spot, anche i telespettatori aspettano un rilevamento che influenzi le scelte della tv attraverso i gusti del pubblico. Non è la stessa cosa. E non parlate di conflitto di interessi.

Il centrosinistra aveva predisposto, con legge un nuovo soggetto di rilevazione degli ascolti. Ovviamente non se n'è fatto nulla

Volete sapere com'è andata la campagna di B. contro la tv pubblica? Vittorio Emiliani lo racconta in un libro

## «Affondate la Rai». Detto, fatto

«**T**ramonta il sole e già si fa scuro in viale Mazzini e dintorni». Vecchio giornalista, Vittorio Emiliani non si è lasciato sfuggire l'occasione di chiudere con una frase a effetto il suo libro sulla Rai. Ci sono libri che val la pena incominciare a leggere dal fondo, come un fumetto Manga (quei giornalisti giapponesi che i ragazzi in metropolitana sfogliano all'incontrario): è così anche per *Affondate la Rai* (Garzanti editore, 14 euro), che raccoglie fino all'ultima dichiarazione del consigliere d'amministrazione Marco Staderini, ago della bilancia in questa lunga nottata Rai e vicino al presidente Pier Ferdinando Casini. Anzi: questo è un libro da iniziare dopo la fine, sfogliando l'allegato «grafici e tabelle», l'organico dell'azienda, chi comanda davvero, i risultati d'esercizio, il confronto con gli altri Paesi, le presenze dei politici nei tg, insomma la fotografia più completa, fredda e (ormai) imbarazzante della nostra tv pubblica. Probabilmente, tutto il libro è iniziato da lì. Da quelle carte che per due mandati - un record - il consiglio d'amministrazione guidato da Roberto Zaccaria ha studiato e studiato ancora. Con due problemi su tutti: far tornare i bilanci e confrontarsi con la concorrenza di Ber-

lusconi. Due problemi legati a filo doppio, canovaccio di tutta la storia di *Affondate la Rai* (titolo guerresco), dal primo capitolo dedicato all'«Editore unico alle porte» fino all'ultimo, «Un uomo solo al telecomando», cioè sempre lui, il premier. I soldi, intanto: «Vedrai, faranno come col Governo Amato. Appena entrati qui proveranno a denunciare che c'è un buco nel bilancio Rai, che gli abbiamo lasciato i conti in rosso - scrive Emiliani, riportando un colloquio con Zaccaria, e chiosa - Fui facile profeta...».

Ma, nonostante «il canone più basso ed evaso d'Europa», nonostante la crisi pubblicitaria, nonostante il ministro Gasparri già facesse grancassa («un buco nei conti Rai? Me l'aspettavo, purtroppo») i bilanci dell'era Zaccaria erano in equilibrio e - senza eco di stampa - vennero approvati. Berlusconi, poi: «Prima delle ultime

elezioni politiche, c'era chi, dentro e fuori la Rai, sosteneva rassicurante: vedrete, Berlusconi sa che non può forzare troppo la mano...». Sono le prime parole del libro e, come nelle barzellette, oggi suonano come le ultime parole famose. Oggi che - come scrive Emiliani - «la satira promette di evaporare sempre più e Bruno Vespa, invece, di dilagare per ogni dove», per non parlare di Santoro e Biagi. Nei corridoi della Rai tutto è romanzo, tragedia, farsa, anche un libro politico come *Affondate la Rai* infine si legge come un romanzo d'appendice scritto fitto fitto, dove si intrecciano racconti da prima pagina, dalla battaglia di RaiWay alla campagna per Verdi. Soltanto i titoli evocano già vere epoche, tra far west e «viva l'Italia». E non si è lontani dal vero.

RaiWay è la sconcertante storia di un affare andato in fumo, un accordo con gli americani

che avrebbe portato 800 miliardi di vecchie lire nelle casse della tv pubblica. Tutto pronto, tutto fatto, tutto firmato, poi... Scrive Emiliani: «Il ministro Gasparri, con la mossa di negare alla Rai un incremento del canone (...) per punire Zaccaria, invece ha messo nei guai Baldassarre: un autentico stratega. Ha compiuto però un atto ancor più grave (...): la mancata accettazione dell'intesa già operante fra l'emittente pubblica italiana e l'americana Crown Castle». Quella di Verdi, invece, è ben altra storia, raccontata da un melomane prima che da un ex consigliere Rai: è soprattutto la storia delle difficoltà di trovare una casa (cioè una rete), un orario decente (non a notte fonda) e un'eco di stampa per la cosiddetta cultura «alta». Per Emiliani tutto ciò si era trasformato in un vero cruccio con l'arrivo del centenario verdiano. Ed anche se

infine l'offerta Rai fu di prima grandezza, i giornali snobbarono l'evento tv: e questo Emiliani non lo perdona. «Tutta la nostra fatica si trasformava il giorno dopo in una rassegna stampa fatta di notizie. Bastava invece che qualcuno del mondo dello spettacolo parlasse male della Rai, chiamandola Mamma Rai, e guadagnava subito almeno un titolo a tre colonne». E allora: W Verdi, viva l'Italia...

Musica, fiction, satira, ma *Affondate la Rai* parla anche e soprattutto di tg. Tra «le forbici della censura e le forbicette della cautela» sono proprio i telegiornali a dare per primi e maggiormente il segno delle ombre che si addensano sul paese, mentre «il video si tinge di sangue». Per Emiliani, che negli anni Ottanta era direttore al Messaggero e sa bene come si muovono i meccanismi dell'informazione, questa è la cronaca di

una sconfitta interna. A dispetto della diminuzione della criminalità, infatti, i tg Rai insegnavano l'enfatizzazione delle notizie, mentre saliva la tensione nel pubblico (e proprio sulla sicurezza dei cittadini, pochi mesi dopo, il centrodestra imporrà la sua campagna elettorale). All'inizio del 2000 il consigliere Emiliani promuove un seminario sull'informazione per «raffreddare le emozioni», spinto anche da un'analisi del Censis, che ora ripropone nel libro: «L'attenzione data dai media a ogni episodio di violenza - è scritto nella relazione - , riproposto per giorni e trasformato in spettacolo con minuziose descrizioni degli aspetti più aberranti, alimenta sentimenti quali la paura e l'incertezza». La risposta dei direttori di tg però è senza appello. Clemente J. Mimun, allora alla guida del Tg2, taglia corto: «Non si può nascondere quello che non funziona». Anche Giulio Borrelli, direttore del Tg1, insiste: «La tv è emozione, è la natura specifica del mezzo». Per sapere come è andata a finire basta accendere oggi la tv: sui tg Mediaset la cronaca, pur strabordante, non fa più paura. Anche Berlusconi aveva letto la relazione del Censis?

s.gar.