

I cdr dei tg di viale Mazzini protestano per la mancata trasmissione di sabato prossimo. La Annunziata è stata battuta

# Sky dà la diretta dei sindacati, la Rai è servita

La tv a pagamento di Murdoch, amico di Berlusconi, offre quel che è negato dal servizio pubblico

Giuseppe Vittori

ROMA Quattro schiaffi alla diretta della manifestazione dei sindacati di sabato proposta dall'Annunziata. Ma c'è chi porge l'altra guancia. Guarda caso a fare la parte della tv democratica ci pensa Sky TG24. È forse lo spot maggiore, dopo aver ottenuto dal governo l'incentivo per i decoder per la televisione dei magnate Murdoch, amico di Berlusconi.

Sabato andranno in diretta tv la manifestazione sindacale europea e la Conferenza intergovernativa del Palazzo dei Congressi.

La diretta sulla manifestazione sindacale seguirà il programma previsto: andranno in onda gli interventi del segretario della Cei John Monks e, tra gli altri, quelli dei leader sindacali italiani, Epifani della Cgil, Pezzotta della Cisl e Angeletti della Uil. Nello studio di SKY TG24 a Roma, alcuni ospiti commenteranno quanto si svolgerà a Piazza del Popolo. I giornalisti del canale seguiranno passo passo la manifestazione con interviste a dirigenti sindacali e a semplici manifestanti



Manifestazione dei sindacati europei a Barcellona nel marzo 2002

che prenderanno parte all'evento.

Anche sull'apertura della Conferenza Intergovernativa europea, prevista nella mattinata di sabato, che andrà in diretta, intervengono con loro valutazioni e spiegazioni gli ospiti invitati in studio da SKY TG24. La diretta riguarderà sia le fasi introduttive della Conferenza sia il Vertice dei Capi di Stato e di Governo, sia la conferenza stampa del Presidente del Consiglio italiano Berlusconi, in qualità di Presidente di turno della UE.

I Comitati di redazione di Tg1, Tg2 e Tg3 chiedono ai vertici della Rai di rivedere la propria decisione in merito alle manifestazioni in programma sabato a Roma, sollecitando la diretta che invece è stata negata. «Ancora una volta - dice un comunicato diffuso in serata - una decisione presa dall'alto sui lavoratori della Rai, pone il problema di chi abbia diritto ad esprimere il proprio punto di vista dagli schermi del servizio pubblico. Il governo e i partiti politici possono dire la loro. I sindacati, le organizzazioni di cittadini e la società civile devono accontentarsi di manciate di secondi nei notiziari o di consolatorie finestre messe un po' a caso nel palinsesto».

Caterina Perniconi

Più della metà passa per Publitalia. La Gasparri consentirà indici di affollamento ancora più alti, dunque maggiori profitti per l'azienda di Berlusconi

## La miniera delle telepromozioni, 500 milioni di euro l'anno

ROMA Un escamotage studiato alla perfezione. Un'interpretazione disinvolta e interessata delle leggi vigenti, che il ministro delle Telecomunicazioni, Maurizio Gasparri, ha usato per rimediare ad un comportamento illegale dell'azienda del presidente del Consiglio: l'articolo 15 comma 7 del ddl Gasparri, firmato Luigi Grillo, è la modifica all'articolo 8 della legge Mammi ed al relativo articolo 18 della direttiva «Tv senza frontiere» del 1989, nonché il nodo milionario attorno al quale ruota la fortuna di Mediaset, che il governo si è guardato bene da sciogliere.

Si tratta di telepromozioni, i «sì-parietti» condotti da personaggi famosi, che propinano a scelta padelle o materassi, spettacolarizzando il messaggio promozionale. Ci sarebbe già da obiettare sull'etica di questi mini-programmi pubblicitari, sull'

utilizzo come testimonial dello stesso presentatore o presentatrice, trasformati per l'occasione in piazzisti. Col compito di suggestionare l'ignara casalinga piuttosto che i futuri sposi. Nella prassi delle emittenti, le telepromozioni sono assimilate alle teledite e consistono «nell'esibizione di prodotti, di beni, di servizi, del nome, del marchio o dell'attività di un produttore di beni o di un fornitore di servizi fatte dall'emittente nell'ambito di un programma». Per un'agenzia di pubblicità, le telepromozioni sono miniere d'oro. Publitalia le definisce «formati che agiscono nel breve/medio periodo consentendo di creare brand awareness, cioè che permetto-

no di parlare del prodotto facendo una comunicazione mirata, spettacolarizzando e umanizzando il prodotto stesso».

Ma il vero problema in questo caso, è quando e quanto vanno in onda. E qui si gioca la partita della legge Gasparri: perché in linea con la normativa comunitaria, la legge italiana stabilisce che «la trasmissione dei messaggi pubblicitari televisivi non può eccedere il 15% dell'orario giornaliero di programmazione». Ed estende questo indice di affollamento fino al 20% se la programmazione quotidiana «comprende forme di pubblicità come le offerte fatte direttamente al pubblico»: quindi telepro-

mozioni e teledite. E mentre gli spot vengono sottoposti al limite d'affollamento orario del 18% per le tv private, finora le telepromozioni sono state impropriamente calcolate nell'ambito di quello giornaliero (15 + 5%), come si vorrebbe sancire nella legge Gasparri. Ciò consente di diluire la loro presenza nell'arco delle ventiquattr'ore, comprese quelle notturne, rendendo affollatissime le fasce comprese tra le 12 e le 15 e tra le 18 e le 22.

È una concentrazione di risorse anomala rispetto al resto d'Europa. Secondo i dati dell'Autorità per le Comunicazioni nell'ultimo anno Canale 5 ha realizzato un affollamento me-

dio del 25%, (contro il 18% stabilito), nella fascia oraria tra le 19 e le 20. Poi le percentuali crollano di notte, per scendere allo 0,3% fra le 3 e le 4, o addirittura allo zero assoluto fra le 4 e le 6 del mattino. Affinché la media giornaliera appaia pressoché rispettata. Ma le persone vengono «bombardate» nelle ore di maggior audience, e con la legge Gasparri verrà sdoganata quest'abitudine ormai consolidata.

Un business che secondo i dati rilevati dalla Nielsen Media Research supera ogni anno i 500 milioni di euro. E controllando le relazioni trimestrali di Mediaset si scopre che la metà di quella cifra è raccolta dalla

sola Publitalia, proprietà della famiglia Berlusconi. Ormai da anni, perché già nel 2000 i ricavi di vendita delle telepromozioni e delle teledite dell'agenzia ammontavano a 486,3 miliardi di vecchie lire. Offrendo orari di maggiore visibilità, i prezzi crescono esponenzialmente. Così i ricavi di Publitalia.

La consociata Mediaset respinge quest'interpretazione e afferma che «l'articolo 15 del ddl Gasparri non produrrà per l'azienda del premier alcun beneficio economico supplementare». E la Federazione degli editori di giornali spiega che «è verissimo che con la norma approvata Mediaset non incrementa di un euro il suo fatturato

pubblicitario. Ma ciò perché già oggi Mediaset trasmette le telepromozioni al di fuori del tetto orario». Lo stesso Luca Cordero di Montezemolo, presidente Fieg - che doveva essere uno dei ministri del governo Berlusconi - ha espresso «viva preoccupazione» per le norme contenute nel ddl Gasparri sull'affollamento pubblicitario, in modo particolare sull'emendamento Grillo. «Il potere politico - ha dichiarato Montezemolo - punta a misure che tendono ad aumentare la dominanza esistente sul mercato pubblicitario a tutto danno degli altri mezzi e del grado di pluralismo del sistema informativo complessivo, aggravando, così, i dubbi di costituzionalità che l'intero provvedimento solleva». Un'accusa pesante, dettata dal dilagare della pubblicità in televisione, e dal drenaggio delle risorse alla carta stampata. Che non ha armi per rispondere all'ennesimo assalto del carro armato mediatico targato Berlusconi.

MANIFESTATION

ROMA - 4/10/2003

Concerto

Enrico Capuano  
Alex Britti

Corteo  
da Piazza della Repubblica  
ore 14.00

Arrivo  
Piazza del Popolo  
ore 16.00

EURO

Intervengono:

Luigi Angeletti  
Savino Pezzotta  
Guglielmo Epifani  
Cándido Méndez  
Presidente  
Confederazione Europea dei Sindacati

John Monks  
Segretario Generale  
Confederazione Europea dei Sindacati

Confederazione Europea dei Sindacati

Confederazione Generale Italiana del Lavoro

Confederazione Italiana Sindacati Lavoratori

Unione Italiana del Lavoro

Lavoro  
Diritti  
Solidarietà

per l'EUROPA SOCIALE

Adesso!

L'Europa siamo noi