

# Tutto come prima Raisport resta in mezzo al pantano

## Va male l'incontro tra Cappon e l'Usigrai Resta Maffei e la redazione in rivolta

di Natalia Lombardo / Roma

**RAI, SEMPRE NEL PANTANO** A RaiSport non cambia nulla. A settembre? Forse... È andato male l'incontro tra il direttore generale della Rai, Claudio Cappon, e Roberto Natale, segretario dell'Usigrai. Nulla di fatto sul caso RaiSport, nonostante sia esploso un

conflitto con il direttore Maffei. L'Usigrai, il sindacato dei giornalisti Rai, dà «un giudizio negativo dell'incontro con il direttore generale» - sollecitato dal sindacato - dal quale «non è emerso nulla di nuovo». Dai vertici Rai, denuncia Natale, «non arrivano per ora segnali che possano sottrarre la redazione di Rai Sport alla crisi» che ha portato anche alle recenti dimissioni del comitato di redazione. Questa è «l'ulteriore conferma del più generale stallo nel quale rimane paralizzato ogni

necessità di rinnovamento del servizio pubblico». Il Dg Cappon, racconta Natale in un comunicato, «si è limitato a ricordare che è già cominciato in Cda l'esame di uno studio sul riassetto dell'area sportiva» e che se ne parlerà alla ripresa dei lavori del Cda il 6 settembre. «Non basta», prosegue l'Usigrai, di fronte a «gravi problemi di relazioni sindacali e di dequalificazione professionale». Il 28 RaiSport si riunirà in assemblea, in polemica aperta con il direttore Maffei che ha presentato il palinsesto autunnale e demansionato i giornalisti del Cdr per averlo criticato. Per riconoscendo l'autonomia dei direttori di reti e testate - argomento posto da Cappon - per l'Usigrai «non se ne può abusare per decisioni che portano l'im-

pronta evidente della ritorsione». E «non si può trascurare» che l'attuale «direzione di Rai Sport sembra aver considerato quasi una temporanea parentesi lo scandalo del calcio». Ma il problema è più generale: l'Usigrai denuncia lo «stallo» in cui si trova la Rai. Nel quale, evidentemente, anche il direttore generale ha le mani legate. Non può che agire con una *moral suasion* sui consiglieri, senza poter fare mai un atto con la sicurezza che non venga bocciato nel Cda. Ed è chiaro che Maffei, di An, è sostenuto dalla maggioranza di centro-destra nel consiglio. Un dato di fatto, quest'ultimo, che paralizza ogni cambiamento a Viale Mazzini. Situazione che deve creare non pochi problemi a Cappon. In questa settimana di pre-Ferragosto sembra che qualcosa potrebbe muoversi sul fronte del Tesoro: vedremo se il ministro Padua Schioppa troverà un modo per convincere l'irriducibile Petroni, consigliere forzista, a lasciare il Cda. Perché se Calciopoli a RaiSport è diventato come una pioggerella di marzo, a Viale Mazzini sembra che le elezioni d'aprile non ci siano mai state.



L'esterno della sede Rai Foto di Corrado Giambalvo/Ap

## A CENA CON GENTILONI Costanzo: resto a Mediaset, non passo in Rai

**Lui smentisce** con decisione: macché passaggio in Rai. A cena con Gentiloni parleremo solo del mio nuovo incarico, consulente del ministro per i contenuti dei nuovi linguaggi televisivi, dal digitale al satellite. Nessun salto della quaglia, Costanzo resterà a Mediaset: «Ho dato mandato 15 giorni fa ai miei legali di firmare il contratto. E in ogni caso ho un accordo globale che mi lega a Mediaset fino al 2008». Eppure di questo passaggio s'era parlato, se non altro per il ritardo nella firma del contratto con Canale5. Che avrebbe, si sussurra, una clausola di chiusura se entro fine anno non raggiungesse il 20% di share. «Nessun contratto al mondo - spiega Costanzo - prevede una clausola di questo tipo, altrimenti bisognerebbe anche prevedere una sorta di premio se il tetto Auditel venisse superato. Nessuno comunque firmerebbe mai un contratto così. Il resto sono chiacchiere, comprese quelle su un mio possibile passaggio alla Rai». Per Mediaset Costanzo sarà impegnato in «Buon pomeriggio», a «Conversando» (per il tardo pomeriggio domenica) e «Altrove», sul carcere per Italia 1. Con Vaime sta scrivendo il musical «Parlami di me». E in lavorazione anche un libro «E che sarà mai...», pronto in ottobre.

## L'INTERVISTA

ENRICO VARRIALE

Il conduttore escluso per aver denunciato Moggiopoli

## «Io vittima di un vero omicidio professionale nelle nebbie di Raisport»

di Alessandro Ferrucci / Roma

Enrico Varriale, volto noto del calcio in tv, è uno dei giornalisti epurati da Fabrizio Maffei, direttore di Rai Sport, perché rappresentante sindacale. Per lui e per i colleghi di disavventura si sono mobilitati tutti i Cdr della Rai.



**Gestione poco "attenta" che ha assunto, fuori dalle regole, Riccardo Pescante figlio dell'ex presidente del Coni, poi deputato di Fi...**

«Anche in quel caso abbiamo chiesto conto, ma Maffei non si è smosso di una virgola appellandosi all'art. 6 (libertà di decisione del direttore, ndr). Il problema, però, è che l'art. 6 era sorpassato da precedenti accordi che prevedevano una assunzione graduata secondo liste di anzianità. Tutto, guarda caso, poco prima delle elezioni».

**Quando avete incontrato Maffei l'ultima volta?**

«Poco dopo lo scoppio di Calciopoli per l'intervento dell'azienda».

**E come è andata?**

«Al solito, niente. L'unica sua uscita pubblica è stata per difendere Tosatti».

**Dopo di che?**

«Sono partite le rappresaglie sindacali. Angeletti non fa più il Motomondiale, De Luise è l'unico di internet a non partire come inviato, e c'è una brutta storia di grafiche assegnate senza interpellarci, tanto che un collega intende rifiutarla perché non la considera giusta».

**E poi c'è lei...**

«Lo dico con un po' di pudore, ma credo di essere il più colpito. Maffei ha deciso che l'anno prossimo non avrà più nessuna rubrica e non seguirò più la Nazionale».

**Dopo quanti anni?**

«Sono da quattro conduttore di Rai Sport e da tre di Stadio Sprint, una delle poche trasmissioni dove le domande si facevano a tutti, anche a Moggi».

**Con l'ex dg bianconero sono nate anche delle discussioni.**

«Dei "siparietti" televisivi reali e non preparati come in altre trasmissioni (Il Processo di Biscardi?, ndr). Noi, così, facevamo di media il 18% di share e, per utilizzare un termine di paragone, la trasmissione di quest'anno di Mediaset ha realizzato il 6%. L'anno scorso, poi, nel primo anno senza i diritti di sport, ho condotto Stadio Sprint che regolarmente ha battuto Guida al Campionato, quando la Ds veniva sempre superata da Contro Campo. Per questo si è sempre fatto il mio nome per la conduzione della Ds, ma inutilmente. Leggendo il contenuto di certe intercettazioni, forse capisco anche perché: ero poco tranquillizzante...».

**E ora?**

«Mi chiedo come mai al Corriere della Sera dopo ventiquattrore dallo scandalo di Calciopoli hanno fatto fuori l'opinionista coinvolto (Tosatti, ndr), a La 7 la stessa cosa (Biscardi, ndr). Altri giornalisti coinvolti hanno tentato di riciclarsi, in tv o in radio e sono stati respinti con perditte (Sposini?, ndr). La Rai, invece, esclude Enrico Varriale dalle trasmissioni dell'anno prossimo».

**Quindi, l'anno prossimo?**

«Voglio vedere come va l'azienda, ma se proprio devo definire la mia situazione la considero un omicidio professionale portato avanti da Maffei. E chi non interviene è complice...».

# Abbassa quello spot per favore, se non vuoi le multe...

## Campagna del ministro Gentiloni e dell'Authority. E da settembre caccia agli evasori del canone

di Roma

### SPOT SCASSA TIMPANI

Basta con la pubblicità televisiva che alza la voce, bisogna fermarla», pena sanzioni dell'Agcom: così Paolo

Gentiloni, ministro delle Comunicazioni, ha avviato la campagna contro l'aumento del volume negli spot in tv, sulla base di un'indagine dell'Iscom richiesta da lui stesso. I dati parlano chiaro: l'83 per cento degli spot ha un volume più alto del programma in cui è inserito, e in media l'audio cresce del 51%. L'Iscom (Istituto superiore delle comunicazioni) ha esaminato i programmi di RaiUno, Canale5 e La7 a giugno 2006 (nelle fasce 8,30-10,30 e 20,30-22,30). L'audio s'impenna nel 67% dei campioni per Raiuno, nel 65% per Canale5 e nel 43% per La7. «C'è una

perfetta par condicio tra RaiUno e Canale5», ha scherzato il ministro. Se ne accorge il 57% dei telespettatori ma, anche a orecchio nudo, chi non fa un salto quando nel bel mezzo di un film si sente quasi piombare in salotto un'auto o una famiglia felice che divora biscotti? Chi ascolta, infastidito, si accanisce sul telecomando per abbassare il volume, cambiare canale o spegnere. «La pubblicità che alza la voce è una mancanza di rispetto per il telespettatore», ha detto ieri Gentiloni, «un comportamento illecito, prepotente e inutile per lo scopo che si propone». Un problema annoso perpetuato da «uno scaricabarile», spiega il ministro, tra le emittenti e gli investitori. Finora si è chiuso un occhio (e le orecchie), ma anche nel Testo unico della Radiotelevisione del 2005 esiste il divieto di potenziare il volume di spot e telepromozioni oltre il limite di legge. Un divieto, anche amministrativo, ribadito dall'Authority per le Telecomunicazioni il 12 luglio 2006

nella delibera che modifica il regolamento su spot e televendite. Gentiloni si augura che le emittenti abbassino l'audio anche senza incappare nelle sanzioni che l'Authority varerà da settembre. E per settembre il ministro ha annunciato proposte di modifiche della Legge Gasparri «per ampliare il mercato» tv, augurandosi «che si facciano avanti i privati e che colgano tutte le opportunità». Altro argomento caldo: il canone Rai: «È giusto indagare sugli evasori del canone Rai: la Guardia di Finanza farà bene a contrastare questo fenomeno», commenta Gentiloni alla notizia che, da settembre, le Fiamme Gialle dovrebbero avviare controlli sulle famiglie e gli esercizi commerciali identificati dalla Rai come evasori. Devono pagare. Se sono convocati dalla Gdf e ammettono per iscritto di aver evaso il canone, devono pagare l'imposta per l'ultimo anno, la mora e le sanzioni. Se mentono, invece, scatta la denuncia penale. n.l.

### LE NORMATIVE

#### Tutte le regole (e gli inganni) della pubblicità in televisione

**Pubblicità sfonda-timpani, pubblicità aggressiva e rumorosa certo ma soprattutto eccessiva, pervasiva:** in una parola troppa pubblicità in Tv. Qualche giorno Fedele Confalonieri ha annunciato che i film del lunedì saranno spostati dalla rete ammiraglia, Canale 5 a Italia Uno perché «non li vede più nessuno». Colpa del digitale terrestre, dvd, pay.tv, internet, le pellicole arriverebbero già «consumate» in tv. Ma c'è almeno un'altra tesi per spiegare la disaffezione dei telespettatori: la durata della prima serata. A causa della reclame film, miniserie, pellicole di ogni tipo sfiorano quasi sempre la mezzanotte. Un orario che non tutti possono o sono disposti a toccare. «Chiunque, mettendosi dalla parte dei telespettatori, si proponga di limitare gli spot in Tv - spiega il diessino Giulietti - viene trattato come un conservatore fuori dal mondo». In effetti Rai e Mediaset hanno più volte violato l'indice di affollamento pubblicitario senza però che l'Authority per le garanzie nelle comunicazioni prendesse provvedimenti significativi. «Sogno - continua l'esponente Ds - un decreto Bersani-Gentiloni sulla pubblicità». Eppure delle regole, e dei limiti, anche in questo campo ci sareb-

bero. Già nell'89 una direttiva europea prevedeva una disciplina sui tetti d'affollamento e sulle modalità di inserimento (numero e modo delle interruzioni) dei messaggi pubblicitari. La normativa è stata poi ripresa dalla legge Mammi nel '90 e successivamente, nel 2004, dalla legge Gasparri. Quest'ultima prevede un tetto pubblicitario giornaliero del 20 per cento (tetto in sé non molto significativo in quanto, per rispettarlo, è sufficiente non mandare spot nelle ore notturne e imbottire il cosiddetto *prime time*) e un più stringente limite orario del 18 per cento (dal quale però sono escluse le telepromozioni). Fatta la legge, trovato l'inganno. La normativa italiana ha reso totalmente inefficace il meccanismo sanzionatorio. La procedura per giungere alle sanzioni infatti è farragginosa e lunga (in media un anno), e la sanzione pecuniaria (dai 5 ai 15 mila) è poco più di un buffetto, tanto che all'azienda eventualmente colpita basta un singolo spot per rifarsi del danno patrimoniale. L'Authority aveva un unico vero potere: in caso di reiterazione dell'illecito poteva ritirare le concessioni televisive. Un potere di cui, però, l'Authority non si è mai valsa. E Berlusconi questo potere l'ha cancellato nel 2005...

# Un futuro per i bambini di Cana

**I Democratici di Sinistra sostengono la raccolta di fondi della ong Movimondo per interventi di emergenza e di riabilitazione per i bambini di Cana e del sud del Libano**

**Invitiamo a sottoscrivere sul conto corrente: n. 00000500200, intestato a Movimondo, presso Banca Etica specificando la causale BAMBINI DI CANA**  
**Abi: 05018 - Cab: 03200 - Bic Swift CCRTIT2184D**

Per informazioni:  
[www.movimondo.org](http://www.movimondo.org)  
[www.dsonline.it](http://www.dsonline.it)

