

SILVIO STORY/13

La guerra delle Tv (prima parte) - 1974 - 1984

Alla guerra delle televisioni senza legge ma con Craxi

La storia

CLAUDIA FUSANI

ROMA
cfusani@unita.it

Tra il 1974 e il 1990 in Italia c'è stata una rivoluzione culturale ed è stata combattuta una guerra sporca i cui effetti vediamo, e in parte paghiamo, soprattutto adesso. La rivoluzione - l'avvento e, in pochissimi anni, il predominio della tivù commerciale - era nell'aria, bisognava avere il naso per annusarla e l'umiltà per governarla. Silvio Berlusconi ha avuto entrambe queste doti, oltre alla innata propensione per commercio, pubblicità e guadagni. Ma poi ha combattuto una guerra sporca che ha vinto solo perché ha avuto un alleato come Bettino Craxi. E disponibilità economiche precluse ai suoi diretti concorrenti, come Rusconi e Mondadori.

Occorre fissare alcune date. Il 10 luglio 1974 la Corte Costituzionale decide (sentenza 226) "la libertà d'intrapresa delle tivù in ambito locale via cavo". Due anni dopo (28 luglio 1976) la tivù locale può trasmettere anche "via etere" ma sono vietati "monopoli o oligopoli privati". Il Parlamento, avverte la Consulta, "dovrà disciplinare l'intera materia perché l'etere è un bene collettivo". Periodicamente, nei sedici successivi anni, la Corte si pronuncerà altre tre volte nello stesso modo invocando una legge. Quando arriverà, la legge renderà legittimo quello che era illegittimo.

Intorno alla metà degli anni settanta in Italia ci sono Rai 1 e Rai 2, appaltate alla Dc e al Psi di Craxi, con il Pci che chiede "la fine della discriminazione anticomunista", e 434 tivù private. Tra queste Telemilano 58, nata nel settembre 1978 in



In alto
Silvio Berlusconi
e Fedele
Confalonieri
giovani
nella sede
della neonata
televisione
Sotto:
Craxi, Forlani,
Andreotti.
Durante i loro
governi (Caf)
si sviluppa
la fortuna
del tycoon.

due locali del Jolly Hotel di Milano 2. È l'embrione di Canale 5. Impegnato tra i cantieri delle sue new town intorno a Milano, corteggiato e sedotto da Licio Gelli, amico intimo di Craxi e nelle grazie delle banche, l'imprenditore edile Silvio Berlusconi comincia ad essere stufo di mattoni e licenze

edilizie. Il mercato è quello che è e i fatturati tentennano. Ripensa, così, al suo primo amore, la pubblicità, e capisce che il matrimonio con il mercato delle tivù private sarebbe felicissimo oltre che assai vantaggioso. Anche perché la Rai sa offrire poco a chi vuol fare pubblicità - entrare nel Ca-

rosello è impresa da titani - sia per lo spazio (la legge stabilisce un tetto massimo) che per la qualità. Il mercato invece è lì che busca: un formaggio dove il topo-Berlusconi s'infilava beato.

Il marchio Canale 5 Music è registrato il 2 novembre 1979. Poi nascono - o vengono comprate - Reteita-