

Discussa a Milano una proposta di legge elaborata dal “Centro Calamandrei”

Quali garanzie di libertà per le televisioni private

Nel corso di una tavola rotonda il compagno Claudio Martelli sottolinea la debolezza della proposta del Calamandrei. Perché il problema della radio e della televisione va affrontato globalmente. Non si può pretendere di disciplinare le antenne private, senza rivedere la legge di riforma della RAI. Lo spazio conquistato dai privati va difeso per garantire il pluralismo e la libertà d'espressione contro la formazione di oligopoli che ridurrebbero la libertà d'espressione a libertà di pochi.

di GIAN LUIGI FALABRINA

Due milasettecento stazioni radiofoniche e almeno duecentocinquanta emittenti televisive. Vale a dire un'abbondanza di antenne che non ha riscontri in nessun altro paese del mondo: una legge per la RAI, in vigore dal 1975, che era fondata sul monopolio; una sentenza della Corte Costituzionale dell'anno dopo, che annullava il monopolio, almeno nell'ambito locale, e invocava una legge per la definizione dei limiti e delle possibilità delle emittenti private, e infine, a quasi cinque anni da quella sentenza, l'assenza della legge, con il conseguente proliferare delle emittenti, e la formazione dei circuiti, dei consorzi e delle reti. Insomma, una vera e propria anarchia.

In questo caos, il Centro di iniziativa giuridica Piero Calamandrei, diretto da Luca Boneschi, ha elaborato un progetto di legge per le “Norme sul diritto di radiotelediffusione in ambito locale”. E' il risultato del lavoro di un gruppo di studio, coordinato dal prof. Sergio Foix, e costituito dai professori Claudio Chiola, Cesare

Sulla stampa

Ottavi, Gustavo Zagrebelsky, Marcello Romei, Paolo Stancati e dall' avv. Corrado De Martini. In collaborazione con Stampa Democratica, il Centro Calamandrei ha presentato il suo progetto di legge, da venerdì a domenica, al Circolo della Stampa di Milano: ed è stata l'occasione per un confronto fortemente dialettico sia con gli esponenti di alcune federazioni di emittenti e del mondo pubblicitario, sia con i rappresentanti dei partiti politici.

Dopo che il problema giuridico era stato introdotto da Livio Paladin, giudice della Corte Costituzionale, Fois, Zagrebelsky e i loro collaboratori hanno illustrato le ragioni del progetto che già nella discussione di sabato pomeriggio, ai rappresentanti della pubblicità e dell'emittenza televisiva. era sembrato un po' troppo astratto, troppo opera di giuristi e poco di economisti e di esperti della comunicazione.

Martelli e altri politici, nella tavola rotonda del sabato sera, hanno avuto buon gioco a sviluppare queste critiche. Come altri vecchi progetti, anche quello del Centro Calamandrei — in conformità della sentenza emessa nel luglio 1976 dalla Corte Costituzionale — accetta il criterio dell'“ambito locale”; e, all' art. 8, stabilisce che il Comitato Nazionale per la Radio Televisione individui gli ambiti locali secondo una serie di criteri, dei quali il più importante è questo: si considera ambito locale ciascun capoluogo di provincia che abbia una popolazione superiore ai due milioni di abitanti, oppure qualunque zona con popolazione superiore ai due e inferiore ai quattro milioni, fatta eccezione (per il limite minimo) per le regioni a statuto speciale.

Sia nel Comitato Nazionale per la Radio Televisione, sia nel suo Consiglio consultivo, abbondano i professori di diritto, gli avvocati e i magistrati, anche in rappresentanza della Federazione della Stampa, della Federazione degli Editori e dell'AGIS. Quanto alla pubblicità, importantissima in quanto è l' unica fonte di sostentamento delle emittenti private, che non possono richiedere un canone, essa è citata all'art. 32 ma per stabilire un divieto: “E' vietato produrre e commercializzare programmi pubblicitari inseriti o comunque aggregati a programmi di altra natura”.

Il compagno Martelli, ricollegando il suo intervento alla proposta socialista avanzata due anni e mezzo fa, non si è limitato alle critiche ma ha fatto un'importante proposta innovativa. Intanto, ha colto subito la debolezza fondamentale della proposta del Calamandrei: la legge per la riforma della RAI (n. 103, aprile 1975) era fondata sul presupposto del monopolio: la sentenza della Corte Costituzionale (luglio 1976)

Sulla stampa

stabilisce che il monopolio non c'è più, almeno per l'ambito locale. Invece, la proposta del Calamandrei vuole disciplinare l'emittenza privata, lasciando in vita la legge di riforma. Ma ciò non ha senso, ha detto Martelli: il problema della radio e della televisione va affrontato globalmente, non si può pretendere di disciplinare le antenne private senza rivedere la legge di riforma della RAI.

Martelli ha criticato anche la rigidità del concetto di “ambito locale” e la sua inadeguatezza, nonché la pretesa di risolvere un problema in espansione sulla base del presupposto geografico, quando invece i veri problemi sono le risorse (la pubblicità) e l'introduzione dei satelliti, prevista per il 1983.

“Che cosa ci sta a cuore —si è chiesto l'on. Martelli —quando difendiamo lo spazio conquistato dai privati? Ci stanno a cuore il pluralismo, la libertà d'espressione. Perciò temiamo la formazione degli oligopoli, che ridurrebbero la libertà di espressione a libertà di pochi. Questa questione non si può risolvere, questo rischio non si può evitare con il ricorso all'ambito geografico”.

Ciò che occorre è stabilire norme antitrust: come nella legge per l'editoria si stabilisce che nessun editore può essere proprietario di più del venti per cento delle testate, così per le radio e televisioni private si debbono limitare le risorse: non le frequenze, ma le risorse pubblicitarie, perché sono la sola fonte di introiti per le televisioni private.

La proposta socialista —ha chiarito Martelli — si fonda su due punti. Il primo è la necessità dell'impostazione globale della legge per tutte le radio e televisioni, RAI compresa: quanto alla RAI, essa deve diventare una reale azienda di programmi, e non un ministero. Il secondo punto è costituito dalle garanzie contro i rischi oligopolistici: ci debbono essere limiti fondati non già sulla geografia (che si aggira con gli strumenti tecnici) ma sul “tetto” del dieci o del venti per cento delle risorse pubblicitarie.

Insomma, è stato il succo dell'intervento di Martelli, occorre prendere atto che il sistema radiotelevisivo italiano è un sistema misto, e come tale va regolato. Contemporaneamente, bisogna provvedere a difenderci dalla colonizzazione culturale americana e giapponese, “una vera e propria alienazione culturale, per il nostro paese, che pure aveva creato la più grande industria culturale, il cinema”. In polemica con Alberoni, un tempo sociologo terzomondista, oggi sociologo del riflusso e della restaurazione, l'on. Martelli ha ricordato che il solo committente di cultura di massa è la RAI, sia pure con limiti e contraddizioni al contrario, le TV private non producono cultura, sono soltanto forme di distribuzione cinematografica, e non

Sulla stampa

riusciranno mai a produrre cultura nuova, se resteranno circoscritte all'ambito locale.

Il radicale Ciccio Messere ha espresso un pessimismo esasperato sulla possibilità di realizzare la legge per le emittenti private; e in effetti le vicende della legge per l'editoria, che ha citato, finora gli danno ragione. Ciccio Messere ha lamentato che le regole del gioco non vengono rispettate, che l'informazione sul processo formativo delle leggi non esiste, che i partiti sono divisi al loro interno: perfino il dibattito al Circolo della Stampa, ha detto il deputato radicale, si svolge fra pochi intimi, e neppure le TV private vi hanno partecipato. Anche Ciccio Messere si preoccupa degli oligopoli: come possiamo affidare a gruppi economici veicoli di consenso così importanti? Forse la risposta sta non nei bacini di utenza, ma nei bacini di competenze.

Per la televisione, il primo nodo da sciogliere non è tecnico, ma economico, anche per il democristiano Zaccaria: ci sono costi altissimi, ma il ricavo pubblicitario del 1981 sarà di 200 miliardi circa, che sono del tutto insufficienti a coprire i costi. Zaccaria si è detto d'accordo con Martelli sul problema della pubblicità: oggi il regime pubblicitario è incostituzionale, il "tetto" per la pubblicità della RAI, imposto dal decreto del 1968 sulla Commissione paritetica e poi dall'art. 21 della legge di riforma, è incostituzionale. In assenza di limiti per le televisioni private. Il sistema della pubblicità, ha detto Zaccaria, può essere o governato o libero: ma governato a metà, non ha senso.

E' evidente che la discussione sul progetto del Centro Calamandrei ha messo a fuoco il nodo dei rapporti fra organizzazione delle emittenti, libertà d'espressione (reale oppure oligopolistica) e pubblicità. Non si può fingere di credere all'innocenza tecnica della pubblicità, quale la vorrebbero le imprese industriali più corrette e i pianificatori pubblicitari più professionali. Abbandonata all'anarchia attuale, la pubblicità non segue, come dovrebbe, soltanto le regole del "costo per contatto" e gli altri strumenti asettici della tecnica. Ciò che è accaduto l'anno scorso nel mondo pubblicitario quando — di fronte all'affermarsi delle televisioni private — un gruppo di aziende multinazionali ha clamorosamente contraddetto, con un accordo preferenziale, la lunga polemica contro la pubblicità come sovvenzione, conferma il realismo della proposta socialista per una reale libertà d'espressione.

Qui Martelli ha avanzato un'altra proposta. Le antenne minori, le televisioni propriamente locali non debbono scomparire, ma possono unirsi sia alle reti private sia alla Terza rete della RAI che dovrà essere

Sulla stampa

destinata ai programmi culturali ma che, nel pomeriggio, potrà aprirsi alla collaborazione con le TV locali.

(Avanti! 18/3/1981)