

SENATO DELLA REPUBBLICA

— X LEGISLATURA —

8^a COMMISSIONE PERMANENTE

(Lavori pubblici, comunicazioni)

INDAGINE CONOSCITIVA SULL'EMITTENZA RADIOTELEVISIVA E SULLE CONNESSIONI CON I SETTORI DELL'EDITORIA E DELL'INFORMAZIONE

3° Resoconto stenografico

SEDUTA DI GIOVEDÌ 22 SETTEMBRE 1988

(Pomeridiana)

Presidenza del Presidente BERNARDI

INDICE**Audizione dei dirigenti della Federazione italiana editori giornali (FIEG)**

PRESIDENTE	Pag. 3, 10, 18 e <i>passim</i>	GIOVANNINI	Pag. 14, 17, 18 e <i>passim</i>
FIORI (<i>Sin Ind.</i>)	10, 12	RUSCONI	10, 12, 18
GIUSTINELLI (<i>PCI</i>)	13	SORTINO	3, 10, 16 e <i>passim</i>
GOLFARI (<i>DC</i>)	12, 16, 17		

Intervengono, ai sensi dell'articolo 48 del Regolamento, per la Federazione italiana editori giornali il presidente, dottor Giovanni Giovannini, il dottor Sebastiano Sortino e il dottor Edilio Rusconi.

I lavori hanno inizio alle ore 17,15.

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca il seguito dell'indagine conoscitiva sull'emittenza radiotelevisiva e sulle connessioni con i settori dell'editoria e dell'informazione.

È in programma oggi l'audizione dei dirigenti della Federazione italiana editori giornali.

Vengono quindi introdotti il dottor Giovanni Giovannini, il dottor Sebastiano Sortino e il dottor Edilio Rusconi.

Audizione dei dirigenti della FIEG

PRESIDENTE. Rivolgo ai nostri ospiti un vivo ringraziamento per aver aderito alla richiesta di informazioni da noi avanzata.

Ricordo loro che stiamo approntando una legge sull'emittenza pubblica e privata e che abbiamo all'esame tre disegni di legge a tutti noti: uno governativo, uno del Partito comunista e uno del Movimento sociale italiano. A tal fine, stiamo svolgendo delle audizioni, ma non in maniera così ampia come sta facendo la Camera dei deputati; noi ci stiamo limitando a talune audizioni mirate all'obiettivo di emanare questa legge invocata da tutti poichè è necessaria una regolamentazione del settore. La stessa Corte Costituzionale ci mette giustamente fretta perchè la situazione attuale non può continuare.

Chiediamo pertanto un aiuto e delle delucidazioni ai dirigenti della FIEG in modo da poter formulare la miglior legge possibile. Vorremmo un parere su questi tre disegni di legge da parte vostra e, poi, il senatore Golfari, che è il relatore dei provvedimenti al nostro esame, e i colleghi faranno alcune domande e si aprirà un dibattito.

Do ora la parola al dottor Sortino per una esposizione introduttiva sull'argomento dell'indagine.

SORTINO. Il dibattito sulla disciplina del sistema misto radiotelevisivo rischia di arenarsi sull'inconciliabilità degli opposti, che nel caso sono: la salvaguardia dell'esistente e la costruzione di un sistema profondamente diverso da quello creatosi in assenza di ogni regola, non illegale, potrebbe dirsi, ma aleggiale.

Di questa inconciliabilità occorre prendere realisticamente coscienza ed evitare di fingere che sia oggi realmente possibile garantire alla Rai e alla Fininvest - per chiamare le cose con il loro nome - gli strumenti di penetrazione di cui già dispongono, e, con essi, la capacità di assorbire

risorse finanziarie nella misura in cui già le assorbono e di poter, contemporaneamente, promuovere un reale pluralismo in questo settore.

Se il primo obiettivo, quello di garantire l'esistente, viene considerato prioritario, il secondo diventa irrealizzabile. I dati forniti dallo stesso Ministero delle poste parlano fin troppo chiaro. Non esistono nè frequenze nè risorse economiche sufficienti a consentire l'esistenza di altre reti nazionali economicamente valide, quando si siano garantite sia al gruppo pubblico che ad un solo gruppo privato tre reti a carattere nazionale.

Certo si potrà mettere un po' di ordine nel sistema; si potrà eliminare quel mercato delle antenne che, come giustamente osserva il relatore, senatore Golfari «definire sporco è ancor poco»; si potranno imporre alcuni obblighi agli operatori privati per evitare, citando sempre il relatore, che si crei un sistema dove «tutti i doveri siano della Rai e tutti i diritti del privato». Ma tutto ciò, anche se indubbiamente rappresenterà un miglioramento del sistema, non inciderà che marginalmente sulla sostanza del problema. Il sistema resterà, e questa volta lo resterà per legge, sostanzialmente duopolistico: basato su una forte presenza pubblica e un'altrettanta forte presenza non privata ma di un privato. Può questo essere chiamato pluralismo? A dir di no è la stessa Corte costituzionale, che nella sua recente sentenza afferma, senza mezzi termini: «il pluralismo in sede nazionale non potrebbe in ogni caso considerarsi realizzato dal concorso tra un polo pubblico e un polo privato che sia rappresentato da un soggetto unico o che comunque detenga una posizione dominante nel settore privato».

I quesiti che il Parlamento ci rivolge sui vari aspetti disciplinati dal disegno di legge di regolamentazione del settore radiotelevisivo non possono trovare risposta, se prima lo stesso Parlamento non avrà dato risposta al quesito centrale: la garanzia prevista per il maggior polo privato e per il polo pubblico di poter continuare a disporre, ciascuno, di tre reti nazionali è modificabile o no?

Se sì, si può aprire un serio dibattito su come disciplinare il sistema in modo da garantire il massimo di pluralismo al suo interno. Se no, occorre prendere realisticamente atto che l'Italia rinuncia al pluralismo nel settore televisivo e cercare, al massimo, di stabilire norme che, da un lato, fissino le regole di convivenza per i due poli e, dall'altro, circoscrivano i danni del duopolio che sarà sancito per legge.

Le due ottiche sono profondamente diverse: nel primo caso si contrasterebbe la nascita di posizioni dominanti, nel secondo si sancirebbero per legge le posizioni dominanti e ci si limiterebbe a fissare le regole necessarie ad impedire che esse degenerino nel soffocamento o, quantomeno, nella grave compressione di altre libertà.

Il disegno di legge presentato dal Governo per la disciplina del sistema radiotelevisivo si muove dichiaratamente nella seconda ottica: quella di non poter modificare l'equilibrio esistente e di doversi quindi limitare a fissare regole che diano certezza di diritto a quanto di fatto è già accaduto ed equilibrio tra diritti e doveri degli operatori, pubblici e privati, del settore.

«Bisogna necessariamente partire dalla valutazione dell'esistente – dice il relatore – che non significa solo la ratifica di quanto è successo in campo privato bensì la migliore definizione di quanto si attende dalla parte pubblica». Quindi, sì, ratifica di quanto è accaduto, ma con una riconsiderazione della posizione della parte pubblica alla luce appunto dell'esistenza e della legittimazione di quella privata.

Su questa scelta non pare che esistano tentennamenti o ripensamenti in seno alla maggioranza, all'interno della quale pure erano state formulate in passato proposte per un riequilibrio - e non per una mera ratifica - del sistema misto, con la fissazione - a un livello inferiore di quello raggiunto di fatto - del numero massimo di reti nazionali attribuibili ad un solo soggetto e con la eliminazione della pubblicità da una delle reti della Rai.

Probabilmente la proposta andava migliorata, ma era rappresentativa di una tendenza: cioè quella di considerare necessaria la modifica dell'intero sistema per poterlo riorganizzare, senza arrendersi di fronte alla forza degli interessi consolidati.

D'altra parte non occorrono molte parole per dimostrare e confermare che questo assetto attualmente raggiunto è di carattere duopolistico. Basta per esempio rifarsi ad un recente studio realizzato dal Centro di economia e politica industriale dell'università degli studi di Bologna, diretto dal professor Fabio Gobbo, su incarico della Presidenza del Consiglio. Secondo tale studio i due gruppi principali (Rai e Fininvest) possiedono emittenti che hanno raggiunto un indice di ascolto pari all'85,9 per cento del totale nell'intera giornata, percentuale che sale al 90 per cento nel *prime-time*. Secondo lo stesso rapporto (anche per vedere qual è la situazione speculare nel settore dei quotidiani), i tre maggiori gruppi (indicati in Rizzoli-Itedi, L'Espresso-Mondadori, Monti) realizzano il 42,5 per cento delle tirature annue. Quindi tre gruppi - o supposti tali, come spiegherò subito - hanno il 42 per cento della tiratura totale, mentre nel settore televisivo due soli gruppi detengono il 90 per cento. Balza subito agli occhi questa differenza, che oltre tutto si accentua se si aggiunge che i gruppi indicati in tre dovrebbero essere più correttamente indicati in sei (apparendo alquanto arbitrario unificare Rizzoli e Itedi, L'Espresso e Mondadori e tutte le testate attribuite al gruppo Monti) e che comunque al di fuori di quei gruppi ne esistono altri caratterizzati da estrema vivacità di iniziativa (ad esempio il gruppo Rusconi) e soprattutto che esistono decine di editori che producono testate provinciali in vivace concorrenza tra di loro e con quelle prodotte dai grandi gruppi, alle quali fra l'altro riescono quasi sempre a strappare il primato in sede locale. Quindi non esiste effettivamente possibilità di comparazione tra il livello di concentrazione nel settore della stampa quotidiana e quello raggiunto nel settore televisivo. Questa constatazione viene avvalorata non solo dalla fotografia statica del sistema della stampa ma anche da un filmato dinamico, che consente di rilevare la tendenza ad un riequilibrio tra le posizioni globali.

Le testate provinciali aumentano la loro penetrazione con un ritmo molto più alto di quello medio; le testate regionali, politiche e serali presentano un ritmo più basso, quindi abbiamo un generale riequilibrio dell'intero sistema, dal quale si conferma che in Italia non si è affatto realizzato uno sviluppo che possa dirsi caratterizzato da una occupazione patologica di grandi quote del mercato da parte di alcuni soggetti, nè dall'impedimento ai nuovi ingressi (sappiamo tutti che ci sono stati nuovi ingressi con crescite che hanno portato nel giro di pochi anni l'ultimo arrivato al primo posto), nè dal crescere delle difficoltà dei soggetti con ridotte dimensioni aziendali, che invece sono risultati quelli dotati di maggior dinamismo.

Il fenomeno si verifica anche nel settore dei periodici. Sempre secondo il citato rapporto, i quattro gruppi principali (Mondadori, Rizzoli, Berlusconi

Editore e Rusconi) realizzano il 61,4 per cento delle vendite annue, laddove nel settore televisivo in due realizzano il 90 per cento, nè va trascurato il fatto che uno dei quattro gruppi principali operanti nel settore dei periodici è anche uno dei due che realizzano appunto il 90 per cento dell'*audience* televisiva.

Anche sotto il profilo pubblicitario, mentre Publitalia e Sipra insieme superano il 50 per cento del totale del mercato, le prime sei concessionarie di pubblicità del settore della carta stampata raggiungono tutte insieme il 32 per cento del totale.

L'incidenza delle singole testate sulle vendite globali conferma tale risultato. Praticamente abbiamo 10 testate quotidiane che rappresentano il 12 per cento delle testate esistenti e che realizzano il 50 per cento delle vendite globali. È un tasso analogo o inferiore a quello che si registra negli altri paesi occidentali. In Francia, ad esempio, il 52 per cento delle vendite è assorbito da 12 testate, pari al 13,9 per cento delle testate esistenti. In Gran Bretagna il grado di concentrazione è assai più elevato. Su una diffusione quotidiana molto più alta (21 milioni di copie), il 50 per cento della tiratura globale è coperto da 4 testate, per l'esattezza «Sun», «Daily Mirror», «Daily Mail» e «Daily Express».

In conclusione, mentre in Italia il settore televisivo è caratterizzato da un livello di concentrazione che può dirsi patologico rispetto a quello riscontrabile in tutti gli altri paesi del mondo occidentale, il settore della carta stampata è caratterizzato da una articolazione al suo interno che in molti casi è analoga, in molti è superiore a quella riscontrabile in quegli stessi paesi. L'incessante stillicidio di rilievi sulle concentrazioni della stampa in Italia che provengono dal mondo televisivo o dalle parti politiche che difendono lo *status quo* televisivo appare, pertanto, alquanto strumentale, chiaramente diretto a stornare l'attenzione dal problema centrale, che è quello del settore televisivo.

Ma tornando al filone centrale del discorso, se la situazione è questa - e non pare negabile che lo sia - le domande che devono porsi sono a questo punto due: la prima è se è lecito ratificare un tale assetto fingendo di farlo in nome del pluralismo; la seconda è se sia lecito che due settori - quello televisivo e quello editoriale - che svolgono con mezzi diversi attività analoga, debbano essere soggetti a limiti quantitativamente e qualitativamente tanto diversi. Perchè gli editori di quotidiani, un domani che questa legge venisse approvata nel testo che è stato proposto, non potranno superare la soglia del 20 per cento delle copie globali mentre gli operatori televisivi potranno giungere al 25 per cento delle reti nazionali? In questo caso la differenza non è soltanto tra le percentuali; il limite per i giornali è rapportato alle copie e non alle testate, mentre quello previsto per la televisione è rapportato alle reti e non all'*audience*.

Che limite è quello che si basa su una doppia finzione, la prima che siano effettivamente possibili dodici reti nazionali, la seconda che queste reti nazionali possano avere tutte la stessa capacità di penetrazione nel pubblico? Solo grazie a queste due finzioni il limite del 25 per cento può apparire reale, mentre nella realtà il vero limite è quello delle tre reti nazionali: cioè un «non-limite», ma la mera ratifica della situazione di fatto. «Non-limite» per di più discriminante a danno dell'editoria giornalistica per la quale i limiti sul piano nazionale sono quantitativamente più severi (20 e non 25 per cento), qualitativamente più cogenti, in quanto rapportati al numero delle copie

effettivamente tirate e non al numero delle testate edite, più analitici in quanto ai limiti rapportati alla tiratura globale nazionale se ne aggiungono altri rapportati alla tiratura realizzata nell'ambito di quattro aree interregionali. Di fatto si verifica che un editore, pur restando al di sotto del limite nazionale del 20 per cento, non può realizzare nuove iniziative perchè comunque supererebbe il limite previsto per le quattro aree interregionali, nelle quali la legge sull'editoria ha diviso il paese.

Allora il problema che ci si pone, nel momento in cui venisse considerata come ormai adottata l'opzione di fondo a cui mi sono riferito, è quello di cercare di attivare degli strumenti legislativi atti ad evitare che quella opzione riduca ulteriormente la prospettiva di un pluralismo delle comunicazioni di massa.

A questo punto passo ad elencare quelle proposte che noi consideriamo minime, che non intaccano il nostro giudizio sul progetto di legge, che non possono renderlo pluralista ma che almeno possono evitare di fare terra bruciata all'esterno del mondo televisivo. Le proposte minime in tale direzione sono le seguenti.

Innanzitutto una identica disciplina per la trasparenza degli assetti proprietari delle imprese operanti nel settore radiotelevisivo e nel settore della carta stampata ed una disciplina per l'individuazione del controllo identica a quella fissata per il settore editoriale. Il disegno di legge presentato contiene in proposito alcune non esatte trasposizioni da un settore all'altro.

Per quanto riguarda la famosa «opzione zero», la quale ormai ha dato luogo a tanti ampi dibattiti che esonerano dal dover ulteriormente argomentare sulla sua arbitrarietà sia sotto il profilo imprenditoriale sia sotto quello tecnologico, possiamo osservare che l'esigenza di tutela del pluralismo in entrambi i settori (considerandoli in modo abbinato) potrebbe essere soddisfatta sostituendo questo divieto rigido - questo compartimento stagno che è stato attualmente previsto - con limiti più elastici, che consentano una presenza in un settore inversamente proporzionale alla presenza nell'altro settore. Questo criterio potrebbe essere applicato anche nel settore dei periodici. Tuttavia, per evitare che l'enorme numero dei periodici esistenti renda praticamente inoperante ogni limite, occorre circoscrivere l'universo dei periodici. Infatti, tale settore è talmente sconfinato ed insondabile (per la vastità del numero di copie e di testate) che un limite rapportato genericamente al mondo dei periodici finirebbe per non essere mai applicato. Si potrebbe restringere l'universo alle sole testate settimanali o, tra queste, a quelle che abbiano un minimo di giornalisti - venti, ad esempio - o un certo livello di tiratura; naturalmente, si dovrebbe anche tener conto del superamento di un livello minimo di entrate pubblicitarie. Avremmo così un universo non più indefinito, ma rilevabile.

Proponiamo inoltre l'introduzione del divieto, per le emittenti televisive che abbiano avuto dal disegno di legge la concessione a trasmettere a livello nazionale, di raccogliere direttamente o tramite società controllate pubblicità per altre emittenti e per giornali quotidiani e periodici facenti capo ad altri soggetti. Attraverso tale divieto si impedirebbe di superare di fatto i limiti di concentrazione previsti, già non molto severi, e di incrementare ulteriormente il potere di influenza dei soggetti dominanti nel settore televisivo.

Inoltre si creerebbe un certo parallelismo con la disciplina dell'editoria che prevede, nel caso in cui una concessionaria pubblicitaria sia di proprietà

di un editore o di imprese facenti capo ad un editore, il divieto di superare il tetto del 20 per cento relativamente all'esercizio dell'esclusiva pubblicitaria, tetto che coincide con quello delle concentrazioni proprietarie nel settore editoriale.

Per quanto riguarda l'obbligo, imposto dal comma 7 dell'articolo 9 del disegno di legge a carico delle reti nazionali private, di «effettuare, mediante radiotelegiornali, servizi di informazione quotidiana sui fatti di attualità», ci sembra che la trasformazione di un diritto costituzionalmente garantito, quale quello di fare informazione, in un onere a carico di queste reti sia quanto meno singolare. Possono comprendersi le motivazioni che hanno spinto a proporre tale norma, ma secondo noi, per salvaguardare i principi di pluralismo, che dovrebbero ispirare tutta la disciplina in materia, potrebbe stabilirsi a carico delle reti nazionali che vogliono effettuare radiotelegiornali l'obbligo di avere autonome organizzazioni redazionali e direttori responsabili per ognuna delle reti stesse. Anche in questo caso immetteremmo nel mondo della comunicazione televisiva le regole sancite per la carta stampata.

Per quanto riguarda le entrate pubblicitarie, che rappresentano il nodo centrale della costruzione, dobbiamo constatare come nella formulazione del disegno di legge sembri prevalere l'obiettivo di stabilire l'equilibrio all'interno del sistema televisivo nella distribuzione, tra la componente pubblica e quella privata, delle entrate pubblicitarie. A tale proposito, invece, la Corte costituzionale nella sua ultima sentenza ha ribadito l'esigenza, già affermata nelle precedenti, «che attraverso una adeguata limitazione della pubblicità si eviti il pericolo che la radiotelevisione, inaridendo una tradizionale fonte di finanziamento della libera stampa, rechi pregiudizio ad una libertà che la Costituzione fa oggetto di energica tutela. Di conseguenza è necessario realizzare, in attuazione del disegno costituzionale, un equilibrio delle risorse dei diversi settori dell'informazione e garantire effettivamente, anche in tal modo, il massimo di pluralismo informativo (sentenza n. 231 del 1985). Questa esigenza vale a maggior ragione oggi, perchè le risorse finanziarie che, attraverso la pubblicità, affluiscono al settore della stampa sono inferiori a quelle che sostengono il settore televisivo nel suo complesso».

L'esigenza sottolineata dalla Corte costituzionale è stata fatta propria anche dal Parlamento europeo, che, nel documento approvato il 20 gennaio 1988, prescrive che deve tenersi conto «degli interessi degli altri mezzi di comunicazione, al fine di salvaguardare il pluralismo dell'informazione» e che gli Stati membri debbono assicurare «che nelle ore di grande ascolto la pubblicità televisiva non assuma una proporzione eccessiva».

La situazione di fatto esistente nel mercato pubblicitario avvalorava la fondatezza di tali indicazioni e ne rivela l'estrema rispondenza alla realtà: di anno in anno la stampa quotidiana e periodica, malgrado l'aumento delle copie vendute e della loro foliazione, vede ridurre i propri spazi pubblicitari, recuperando incrementi di entrata solo grazie ad aumenti di tariffe che peraltro non impediscono la progressiva riduzione della sua quota di assorbimento di risorse pubblicitarie rispetto a quella della televisione.

Il rispetto dell'indirizzo di preservare la stampa dal reale pericolo di una sua progressiva emarginazione dal mercato pubblicitario e della conseguente riduzione della sua indipendenza economica comporta la necessità di un minimo di intervento sui flussi degli investimenti pubblicitari. Abbiamo

molto riflettuto riguardo a tale tipo di intervento esterno sui flussi, perchè riteniamo che la pubblicità sia un investimento e come tale debba avere la possibilità di indirizzarsi in un regime di libertà.

La conciliazione dei vari interessi in gioco, compresi quelli degli spettatori, può aversi soltanto con un intervento sui tempi, sulla quantità di pubblicità da inserire in ogni ora di trasmissione. Fondamentale appare quindi la determinazione di indici di affollamento differenziati tra reti locali, reti nazionali ed ente pubblico. Essendo diverse le esigenze, l'affollamento dovrebbe essere maggiore per le reti locali, medio per quelle nazionali e minimo per la Rai. Determinando livelli di affollamento inferiori a quelli attualmente previsti dal disegno di legge, che non fanno altro che sancire di fatto la situazione attuale, che ha prodotto le conseguenze che tutti conosciamo, si provocherebbe innanzi tutto la necessità per le varie aziende televisive di elevare il costo medio della pubblicità, rimettendo così nel gioco concorrenziale la carta stampata, attualmente costretta a tariffe elevate e quindi ad autoescludersi dal mercato. Inoltre, si otterrebbe il risultato di disincentivare le pratiche di allettamento nei confronti degli utenti attuate in modo non molto corretto dalle reti in ambito pubblicitario (sconti, regali di *spot*, e così via).

Tale riduzione dei limiti di affollamento a livelli più bassi di quelli previsti dal disegno di legge dovrebbe essere secondo noi accompagnata dalla previsione di un meccanismo di intervento straordinario, affidando ad un organo di garanzia - anche lo stesso previsto dal disegno di legge - il potere di ridurre ulteriormente, in caso eccezionale, questi limiti quando di fatto si riscontri una concentrazione superiore a certi livelli di guardia. In tal modo si potrebbe attuare praticamente il dettato della Corte costituzionale di evitare l'inaridimento di «una tradizionale fonte di finanziamento della libera stampa».

È necessario, inoltre, introdurre le limitazioni di ordine qualitativo indicate nel parere del Parlamento europeo del 20 gennaio 1988; in particolare quelle relative alla riconoscibilità della pubblicità, alla distinzione tra pubblicità e programmi, alla interruzione dei programmi da parte della pubblicità, alla frequenza ed alla collocazione dei messaggi pubblicitari nell'ambito dei programmi al fine di non pregiudicare la loro integrità, alla sua collocazione negli intervalli naturali, e via di seguito.

Un altro tipo di norme - di cui riteniamo necessaria l'introduzione - è quello relativo alle sponsorizzazioni, che non vengono demonizzate nel documento del Parlamento europeo, ma sono esplicitamente dichiarate lecite in presenza di una serie di condizioni, le quali possono ridursi a quella fondamentale che lo spettatore possa facilmente distinguere il messaggio pubblicitario.

Una delle nostre ultime proposte riguarda la modifica del sistema previsto per la fissazione del limite massimo delle entrate pubblicitarie della Rai. Come abbiamo già dichiarato alla Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi, non condividiamo un sistema che preveda un meccanismo di agganciamento automatico delle entrate della Rai allo sviluppo del mercato globale della pubblicità televisiva. A nostro avviso ciò si tradurrebbe nell'automatica proiezione sulle entrate della Rai delle conseguenze di un presumibile maggior dinamismo del gruppo privato, addirittura al di là delle effettive esigenze di finanziamento del servizio pubblico. Tale meccanismo oltre a non corrispondere alle attuali

esigenze accentrerebbe ancora di più la posizione duopolistica dei due maggiori operatori, ne accrescerebbe l'importanza ed aumenterebbe l'importanza della pubblicità televisiva rispetto alla pubblicità nel suo complesso.

In conclusione - come ho già dichiarato all'inizio del mio intervento - quanto abbiamo proposto non è certo idoneo (e noi ne abbiamo coscienza) a trasformare il tipo di progetto preso in esame in un disegno effettivamente pluralista. La Corte costituzionale chiarisce che «il pluralismo dell'informazione radiotelevisiva significa, innanzi tutto, possibilità di ingresso, nell'ambito dell'emittenza pubblica e di quella privata, di quante più voci consentano i mezzi tecnici, con la concreta possibilità nell'emittenza privata - perchè il pluralismo esterno sia effettivo e non meramente fittizio - che i soggetti portatori di opinioni diverse possano esprimersi senza il pericolo di essere emarginati a causa dei processi di concentrazione delle risorse tecniche ed economiche nelle mani di uno o di pochi e senza essere menomati nella loro autonomia». Alla luce di tali principi, le proposte da noi formulate rappresentano solo le misure minime necessarie per circoscrivere i guasti di questo sistema, purtroppo non per evitarli.

PRESIDENTE. Ringrazio il dottor Sortino per la sua esposizione.

I senatori che intendono porre quesiti ai nostri ospiti hanno facoltà di parlare.

FIORI. Signor Presidente, debbo innanzi tutto premettere che condivido punto per punto la relazione, esemplare anche per la sua concretezza, del dottor Sortino. L'obiezione che si muove (abbiamo ascoltato pochi minuti fa Berlusconi) all'argomento che la proposta governativa non fa altro, di fatto, che ratificare l'esistente, è che l'esistente è la sola cosa possibile. Si dice che con un solo canale Rizzoli ha perduto il canale e la casa editrice, sempre con un solo canale la famiglia Mondadori ha perduto quest'ultimo ed è uscita dalla casa editrice...

SORTINO. Diciamo che per Rizzoli ciò è avvenuto non soltanto per quel motivo.

FIORI. Cerco di ripetere, con il massimo dello scrupolo filologico, le parole dette poco fa dal dottor Berlusconi.

Con un solo canale - come dicevo - Rusconi si è salvato, perchè ha avuto l'intelligenza di uscirne sei mesi dopo averlo acquisito.

Questa è la dimostrazione che senza i tre canali non si può stare sul mercato. L'argomento è suggestivo, però ci aiuti a smontarlo.

PRESIDENTE. Si tratta di aiutare a costruire e non a smontare.

FIORI. Voglio costruire in positivo il pluralismo. Ha ragione il dottor Sortino: il 25 per cento è il 25 per cento di una cosa che non esiste, di una mera finzione, di una definizione fotografica dell'esistente e, a sostegno dell'esistente che non è pluralistico, si porta l'argomento esposto dal dottor Berlusconi. Questo argomento contiene elementi di falsità o no?

RUSCONI. In verità le cose non stanno così, prova ne è che l'Italia è l'unico paese in cui un solo soggetto possiede più di un *network*. In Francia

una sola rete è data ad un unico soggetto e per un periodo limitato (dieci anni); in Gran Bretagna le condizioni sono così restrittive che il concessionario di una rete non può possedere assolutamente un giornale, nemmeno un bollettino.

Quando cominciammo a fare televisione applicammo le regole degli Stati Uniti che ci sembravano le più logiche; in base ad esse un solo soggetto non può possedere nel suo *network* più di cinque stazioni emittenti in UHF e oltre due in VHF, per un totale di sette stazioni. Le altre dovevano essere stazioni di terzi affiliate e quindi fruivano di programmi centralizzati. L'Italia è l'unico paese in cui si segue la linea del maggior numero di reti.

Non è vero che la Rizzoli è uscita dal mercato televisivo perchè aveva una sola rete; è uscita per molte altre ragioni, anche di natura economica. La Mondadori è, sì, uscita perchè aveva una sola rete, ma anche perchè doveva fronteggiare Berlusconi che già disponeva di due reti. Rusconi è uscito dal settore televisivo, pur avendo una posizione quasi preminente in quel momento, perchè si è accorto immediatamente di avere una concorrenza che non poteva essere sostenuta con le dimensioni di una casa editrice. Il nostro concorrente fruiva di un flusso di denaro illimitato e noi affermammo che non potevamo fare concorrenza all'illimitato. Uscimmo spontaneamente e volontariamente perchè non potevamo sostenere quel tipo di concorrenza.

L'affermazione secondo la quale non si può stare sul mercato con meno di tre reti è assurda e infatti il nostro è l'unico paese in cui si sentono simili cose.

Però Berlusconi merita ammirazione perchè ha usato con grande intelligenza e spirito imprenditoriale l'impresa televisiva che le circostanze gli offrivano; e conta questo; non la teorizzazione.

Signori senatori, forse sono il più anziano in questa sede: io che ho visto nascere questa Repubblica, che ho visto questa Costituzione nascere e muovere i suoi primi passi, non posso nascondere nè la sorpresa nè il dolore nel vedere che, in un ambito che aveva già dato i suoi esempi in diversi paesi del mondo, noi abbiamo atteso dodici anni dalla prima sentenza della Corte costituzionale che liberalizzava il sistema radiotelevisivo non già per approvare una legge, ma per presentare un discutibile disegno di legge. Inoltre, mentre giacciono presso il Ministero delle poste e delle telecomunicazioni numerose richieste di frequenze, questo provvedimento non prevede la distribuzione delle stesse frequenze che sono proprietà dello Stato. In teoria c'è solo un diritto d'uso spettante a tutti i cittadini; eppure il progetto governativo ratifica ciò che è avvenuto e quindi è uno sciocco chi non ha approfittato dei beni dello Stato. Non dico che si tratta di una appropriazione, non dico che c'è stata omissione di atti di ufficio; dico soltanto che, se è vero che tutto ciò che esiste nel nostro paese a qualche centimetro sotto il suolo (un monile etrusco o della Magna Grecia o anche l'acqua) appartiene allo Stato, è altresì vero che ciò che è ad un centimetro sopra il suolo appartiene ancora allo Stato e l'etere appartiene allo Stato.

Le richieste di frequenze che giacciono presso il Ministero delle poste e delle telecomunicazioni (alle quali con correttezza il Ministero ha risposto che non potevano essere soddisfatte perchè non esiste alcuna legge al riguardo) che fine faranno? E gli altri cittadini, dato che il progetto di legge prevede uno *status quo* per tempo immemorabile, i nostri figli, i nostri nipoti che intendessero entrare nel settore televisivo quali frequenze useranno?

Debbo dire con sincerità che tra i tanti disegni di legge presentati il più saggio e il più realistico è quello del Partito comunista: consentite che lo dica io che non sono sospettabile.

FIORI. Stamattina nella sua relazione il presidente Berlusconi ha attribuito la demonizzazione della pubblicità a Franco Rodano.

GOLFARI. C'è un'indiretta accusa ai «cattocomunisti» e agli editori dei «cattocomunisti».

RUSCONI. Non ho altro da dire, signor Presidente, se non questo, che la teoria secondo la quale occorrono più televisioni per restare in piedi è completamente arbitraria, prova ne è il fatto che è stata tirata fuori solo in Italia. Allora gli altri paesi sono forse selvaggi? Ovunque venga gradualmente introdotta la liberalizzazione delle Tv private, mai si concede più di una rete per soggetto. In Francia ciò ha dato luogo a qualche perplessità; infatti, poichè là vi è il limite temporale di dieci anni prima ricordato, molti investitori si sono domandati se in tale lasso di tempo sarebbero riusciti ad ammortizzare le spese iniziali necessarie per installare la rete. L'affermazione in base alla quale non si può stare sul mercato con meno di tre reti è errata anche storicamente, perchè queste spettavano solo alla Rai e la legge n. 103 del 1975, attualmente in vigore, è stata predisposta per l'ente pubblico.

La legge per l'editoria è stata fatta per i giornali e quando Sortino dice che «la legge impone», si riferisce alla legge per l'editoria vigente. Alla televisione non si impone niente perchè non c'è alcuna legge.

C'è qualche dubbio e un po' di scetticismo - e ne ho anch'io - che questa legge arrivi in porto se si apportano delle correzioni che la rendano, non dico equa, ma meno iniqua.

GOLFARI. Presidente Rusconi, è vero che l'Italia è l'unico paese dove avverrebbe questo fatto, che un editore per poter fare televisione dovrebbe avere tre reti televisive, ma l'Italia è anche l'unico paese dove esiste un servizio pubblico televisivo che ha altrettante reti e che impedisce una concorrenza alla pari.

RUSCONI. Questo ragionamento non è privo di fondamento, ma uno dei disegni di legge presentati dal precedente Ministro delle poste prevedeva anche la riduzione del servizio pubblico a due reti, il che non era ancora l'ideale perchè una rete contro due si trova sempre svantaggiata. Il servizio pubblico ha tante e tali limitazioni (per lo meno le aveva perchè non sappiamo quanto durerà la legge n. 103 ancora in vigore) ma anche compiti di carattere culturale, visto che non deve operare come la televisione commerciale costretta ad inseguire il pubblico per vendere pubblicità. La televisione pubblica fruisce di un canone che può essere elevato anche fino a spegnere l'afflusso pubblicitario e non deve inseguire ad ogni costo un ascoltatore, ma deve avere un tono culturalmente accettabile, come ad esempio la BBC, senza arrivare all'esempio della noiosissima televisione pubblica americana.

Quel che dice il senatore Golfari è vero, la Rai possiede tre reti televisive e, quindi, o una legge abolisce una rete o, come era detto in uno dei vari progetti presentati in materia (sarebbe interessante che un giorno il

Parlamento si domandasse il perchè del ritardo della legge in un settore così importante) si stabilisce che la terza rete della Rai non faccia pubblicità. In questo modo uno degli elementi che crea tanto squilibrio tra la carta stampata e la comunicazione audiovisiva verrebbe a cadere almeno per una rete.

La legge n. 103 sembrava definitiva, nessuno pensava ad una sentenza della Corte costituzionale ed evidentemente nei vari disegni di legge si è ricercato non tanto il meglio, ma il meno peggio e questa proposta rientra in quest'ultimo ambito.

GIUSTINELLI. Il dottor Berlusconi tra le altre cose credo abbia una grande qualità: di essere un grande comunicatore. Oggi, con uno stile aggressivo ci ha detto sostanzialmente: primo, che quello che si dice di lui è fondamentalmente inesatto ed è vittima di una campagna che emblematicamente potrebbe essere riassunta nella pagina bianca dell'«Espresso»; secondo, che in realtà non riscuote la pubblicità che gli si attribuisce, ma se andiamo ad analizzare avrebbe soltanto il 17 per cento della pubblicità in Italia e, quindi, la sua sarebbe tutt'altro che una posizione di monopolio (naturalmente considerando i prezzi reali e non le tariffe pubblicitarie ufficiali); terzo che il pluralismo in Italia c'è già e ha definito sorprendente la sentenza della Corte costituzionale in quanto i due poli del pluralismo già esistono e sono la Rai e il suo gruppo; semmai occorre togliere o diminuire alla Rai il canone in modo da avere un pluralismo perfetto; infine, ha detto che la proposta del Gruppo comunista e della Sinistra indipendente è anti-Berlusconi e ha l'unico obiettivo di tarpare le ali ad una iniziativa economica.

I dati della situazione sono sostanzialmente diversi, nel senso che ci troviamo di fronte ad una grande impresa che tende ad avere sempre più caratteristiche multinazionali, che opera dalla distribuzione (vedi Standa) all'informazione su carta stampata, alla raccolta della pubblicità televisiva non solo per sé ma per una serie di operatori ed è in possesso di mezzi tecnici e risorse largamente superiori a quelli della stessa Rai. Faccio questo preambolo non tanto in funzione di una polemica, come ha fatto Berlusconi quest'oggi, quanto invece di un ragionamento che vogliamo riproporre come forza politica e che è sostanzialmente ricompreso nella nostra proposta di legge. Non vogliamo fare una campagna contro Berlusconi, quanto dettare le regole del gioco partendo dalla chiara consapevolezza che l'8^a Commissione è chiamata a varare un'ulteriore sanatoria dopo quella edilizia, quella dell'emittenza televisiva. L'assillo che deve muovere il Parlamento dopo 12 anni di ritardo è quello di dettare le regole del gioco in una direzione realmente pluralistica, che abbia a cuore gli interessi stessi della democrazia e nello stesso tempo anche la difesa delle attività economiche sancite dalla Costituzione.

Sono del tutto d'accordo con le posizioni, espresse oggi dalla FIEG, di trovare un giusto equilibrio tra il servizio pubblico, la presenza dei privati (tenendo conto delle esperienze tedesche, francesi, inglesi e altre in fatto di monopoli), la carta stampata e l'imprenditore locale, che è soggetto la cui funzione sociale non può essere assolutamente sottovalutata. Da questo punto di vista siamo chiamati a un lavoro per molti aspetti improbo e di enorme complessità, anche perchè ci troviamo di fronte a posizioni che sono sostanzialmente quelle del disegno di legge Mammi, che mi sembra

escludano una corretta dialettica parlamentare (in questo momento più che agli ospiti mi rivolgo al relatore), uno strumento che sostanzialmente viene posto davanti al Parlamento in termini molto chiari: c'è un accordo di maggioranza, non ci sono spazi per modificarlo, per migliorarlo, ma c'è una logica che deve essere perseguita anche a questo livello. A me sembra che le cose che abbiamo ascoltato in questa audizione, ed anche quelle che abbiamo potuto verificare nel corso delle audizioni effettuate alla Camera dei deputati, ci diano invece argomenti più che copiosi per ripensare tutta la materia, al di là dell'opzione zero, che pure è un punto nodale, per muoverci in una direzione che sostanzialmente è quella indicata dalla stessa Corte costituzionale. Per concludere, in rapporto a quanto è stato rilevato dai rappresentanti della FIEG, a me sembra che alcuni punti siano essenziali. Innanzi tutto bisogna intervenire in direzione del mercato della pubblicità, un elemento caratterizzante e squilibrante dell'attuale situazione. La pubblicità deve essere ricondotta ad una funzione sociale generale; non vogliamo reprimerla, e quindi la Scuola di Fortini e la Scuola di Francoforte qui non c'entrano, ma la pubblicità non può diventare elemento che stravolge le regole del gioco e che, per certi aspetti, può mettere in discussione le regole generali di democrazia nel nostro paese. I dati ci indicano con chiarezza che cosa ha significato in rapporto alla carta stampata il sistema quale si è instaurato nel corso di questi anni.

Un'altra questione è quella di fare in modo che il sistema dei *media* in Italia sia disciplinato da regole comuni, ed è il secondo elemento sul quale ha messo l'accento il dottor Sortino. La carta stampata è regolata da norme valide; trasportiamole all'interno della comunicazione televisiva e quindi facciamo in modo che ci sia una logica unitaria che presieda un po' a tutto.

Più che delle domande ho voluto svolgere delle considerazioni, trovandomi sostanzialmente d'accordo con gli intervenuti ed augurandomi che nel dibattito che si svolgerà qui nel corso delle prossime settimane si arrivi a risultati positivi, perchè siamo convinti della necessità di giungere finalmente ad una disciplina del settore. Anche la FIEG, insieme agli altri soggetti interessati, potrà contribuire offrendoci argomenti e sostegno, perchè la battaglia è molto difficile da portare avanti.

GIOVANNINI. Le considerazioni svolte dal senatore Giustinelli mi sembrano estremamente importanti; da parte nostra nel documento abbiamo cercato di indicare una sistemazione giuridica dell'esistente.

Ora vorrei mettere a punto il discorso di questo *mix* tra stampa e televisione. La situazione dell'editoria, di cui si favoleggia, è caratterizzata dalla presenza di cinque-sei gruppi (Rizzoli, Monti, Caracciolo, eccetera) che non si amano fra di loro, ma si fanno una concorrenza disperata e questo è un bene per la libera stampa italiana. Al di fuori di questi gruppi, la metà delle testate italiane, per lo più provinciali, lavora seriamente, sia dal punto di vista manageriale, sia per il messaggio giornalistico che si indirizza all'opinione pubblica mantenendo e rafforzando la posizione sul mercato. Comincia anche a delinarsi un fenomeno di «esplosione» di *media* scritti che adoperano le nuove tecnologie che si riferiscono al cosiddetto *desk top publishing*. Il signor Longarini, che non conosco personalmente, dall'Umbria alla Toscana, al Lazio, sta organizzando una decina di testate collegate tra di loro, tutte riferentisi a realtà locali (Siena, Arezzo, Perugia, eccetera); altri si

occupano di una serie di testate come «Latina oggi» e «Ciociaria oggi». Questo fenomeno nel giro di pochi anni o prima ancora porterà all'esplosione di una nuova forma di comunicazione scritta, sbloccando la situazione incentrata sui grandi monopoli e permettendo il *make it yourself* del giornale. Pochi conoscono tale fenomeno, che, ripeto, comincia a delinarsi adesso ma sta registrando una rapida accelerazione.

Ci troviamo quindi di fronte ad un panorama estremamente vivo, vivace, competitivo, con forme di concorrenzialità forti e, al limite, esasperate; infatti, la libertà di mercato nel settore (per quanto riguarda i rifornimenti, le materie prime, eccetera) raggiunta lo scorso gennaio ha portato ad alcuni eccessi. Cito la guerra dei supplementi, che probabilmente è giustissima, però può essere opinabile e comunque ha un costo altissimo; si vedrà dove porterà. Ripeto, io mi rallegro vivamente di un clima di competizione così acceso. Ma a questo punto, come facciamo a paragonare al mondo vivo e vitale dell'editoria la situazione esistente nel settore televisivo? Sarebbe veramente dabbenaggine. Voi ci chiedete il nostro parere sulla situazione di duopolio, pubblico e privato, che è venuta a crearsi. A noi dispiace entrare negli affari degli altri. Nei confronti della Rai abbiamo manifestato una posizione sempre estremamente rispettosa dei problemi dell'ente; in sede di Commissione paritetica lo scorso anno abbiamo concesso alla Rai certe cifre sul «tetto» che poi in sede parlamentare sono state considerate eccessive, con gran furore di Silvio Berlusconi. Non è questione di 30 o 40 miliardi. Berlusconi è simpatico, è anche un uomo estremamente capace, che ha dato una grossa spinta modernizzatrice allo sviluppo del mercato pubblicitario. È un merito che bisogna riconoscergli.

A questo punto vorrei però fare alcune osservazioni, ricordando innanzi tutto certe vecchie sentenze della Corte costituzionale nelle quali si affermava che la stampa è un esile fiore della libertà e quindi deve essere curata, specie in questo mondo che vede l'esplosione dell'elettronica e dei nuovi *media*. Bisognava stabilire un rapporto fra l'allora unico polo della Rai e la stampa; in tal senso abbiamo cercato un equilibrato sviluppo fra la televisione e l'editoria stampata. Poi è esploso un nuovo polo che ha scavalcato la Rai, e a questo punto assistiamo alla proposizione di una serie di valorosi, interessanti suggerimenti su come i due colossi monopolisti – perchè questa è la realtà – debbano spartirsi la torta televisiva, fino ad arrivare alla sagace invenzione per cui uno dovrebbe avere comunque il 50 per cento della torta pubblicitaria. Mi sembra che bisognerebbe conservare un minimo di decenza nel sostenere certe tesi, anche se voglio rimanere al di fuori della polemica.

Se tutto deve essere rimesso in discussione, benissimo. Nella disperazione, direi, di queste decine di anni che hanno visto succedersi una serie di Ministri delle poste e di Governi che invocavano una legge che regolasse il settore, abbiamo cercato di avanzare alcuni suggerimenti, che al di fuori di questo documento potrebbero essere sintetizzati nel modo seguente: stabilire tariffe adeguate per la pubblicità nella televisione pubblica e privata, ma soprattutto (e questo è compito del legislatore, non di parte) assicurare l'attenuazione, se non la fine, dell'affollamento pubblicitario, dell'ignobile inserimento degli *spots* nelle cose d'arte – le più nobili del mondo – insozzate da questo continuo bombardamento che rimbacchisce la nuova generazione in formazione. Abbiamo già citato alcuni dati ma si potrebbe andare oltre, perchè sappiamo benissimo che in paesi come la Germania il sabato e la

domenica è proibito trasmettere pubblicità alla televisione, visto che i bambini sono a casa e non devono essere soggetti a questa oscena propaganda di preservativi, *water-closet* e via seguitando. Se il discorso riprende daremo il nostro contributo di uomini di cultura, non certo di uomini di parte, convinti come siamo che il problema dell'affollamento pubblicitario, dell'interruzione dei programmi deve essere assolutamente risolto. Mi sembra evidente che queste nostre tesi dovrebbero essere sostenute in un paese civile dai legislatori, cioè da lor signori.

GOLFARI. Signor Presidente, volevo avere due chiarimenti dai nostri ospiti. Mi sembra di aver capito che il dottor Giovannini sia favorevole ad una normativa che preveda le stesse regole per i due settori, ma che sia escluso il settore dell'editoria in quanto quest'ultimo è già regolato dalla legge attuale. Siccome è stata presentata una proposta di legge che prevede la regolamentazione dell'intero comparto delle comunicazioni, volevo conoscere la sua posizione in ordine a questo disegno di legge. Questa proposta di legge della Sinistra indipendente prevede, cioè, la regolamentazione non soltanto del settore della televisione ma anche di quello della carta stampata. Siccome i nostri ospiti hanno parlato di regole comuni - per quanto possibile - nei due comparti, volevo sapere se sono favorevoli ad una legge che li regoli entrambi oppure al mantenimento di due separate normative.

Per quanto riguarda l'ipotesi di un tetto di pubblicità per la Rai (cioè quella limitazione di cui ha parlato, necessaria per poter far sopravvivere il settore della carta stampata) e la necessità di rispettare le numerose sentenze della Corte costituzionale, volevo sapere se siete favorevoli alla fissazione di un tetto di pubblicità anche per l'emittenza privata.

SORTINO. Signor Presidente, risponderò anzitutto alla seconda domanda. Nel mio intervento (e nel documento che verrà consegnato alla Presidenza di questa Commissione) è testualmente detto che in questa situazione la chiave di volta di un sistema che rispetti le esigenze di tutti e che non opprime nessuno è rappresentata dalla disciplina degli affollamenti pubblicitari nelle trasmissioni televisive. Il problema, quindi, della riduzione della pubblicità va affrontato in termini di affollamento pubblicitario. Non credo che sia possibile dire ad un operatore privato che non può incassare più di tanto, ma ritengo che gli si possa imporre di non inserire nelle trasmissioni della sua emittente più di un certo numero di ore di pubblicità.

Per quanto riguarda la fissazione di un tetto di pubblicità per la Rai, il problema sorge dal fatto che si vuole mantenere il canone. Pertanto, è necessario determinare il complesso...

GOLFARI. Ciò non è propriamente esatto. Nel disegno di legge preso in considerazione il canone viene eliminato e sostituito da una imposta.

SORTINO. Viene prevista la sostituzione del canone con una imposta e il versamento da parte dello Stato alla concessionaria del pubblico servizio radiotelevisivo di una somma in relazione ai servizi resi.

GOLFARI. Non è detto che sia la stessa somma. Comunque, la filosofia del vecchio in qualche modo viene eliminata dal presente disegno di legge.

SORTINO. Viene eliminata; c'è un passaggio, però, in cui viene previsto che il servizio pubblico radiotelevisivo riceva, per il fatto di essere un servizio pubblico, un contributo pubblico da parte dello Stato.

GOLFARI. Ma è in relazione ai servizi che rende. Infatti, in ipotesi il Parlamento potrebbe decidere di sospendere tale contributo se la concessionaria non svolgesse in materia adeguata tale servizio.

SORTINO. Ciò, comunque, è poco verosimile.

GOLFARI. Comunque, viene eliminato il principio del canone.

SORTINO. Anche se non lo si chiama canone, siccome viene introdotto il principio del contributo pubblico, si pone il problema della determinazione dell'entrata pubblicitaria della Rai, cioè il problema della definizione del volume massimo delle entrate pubblicitarie. Il disegno di legge stabilisce un montante globale costituito dall'entrata pubblicitaria complessiva del sistema televisivo e dal canone, dalla sua divisione per due e dalla attribuzione alla Rai di un tetto di pubblicità pari alla differenza tra il 50 per cento del totale e il contributo pubblico. Questo meccanismo di determinazione del tetto massimo non va bene in quanto rende parassitaria la Rai rispetto alla televisione privata.

GOLFARI. La mia domanda è proprio questa. La Rai non è favorevole a questo meccanismo, ma preferirebbe che noi le riconosciamo il diritto di comportarsi come una azienda qualsiasi in un mercato libero e concorrente, senza tetti, senza alcuna limitazione, senza canoni e contributi.

SORTINO. Prendo atto di questa dichiarazione.

GOLFARI. Questo è quanto io ritengo. Comunque non risolviamo il problema ed è per questi motivi che la Rai non va demonizzata.

SORTINO. Nessuno vuole demonizzare la Rai. Per quanto riguarda il sistema globale, ritengo che sia opportuno limitare l'affollamento pubblicitario sia delle reti private che di quelle pubbliche.

GOLFARI. I giornali sono pieni di critiche sull'articolo 21 e di accuse di parassitismo, accuse che in parte saranno meritate ma che mi sembrano eccessive. La Rai - se esaminiamo attentamente la situazione - si potrebbe scrollare di dosso tutti questi problemi chiedendo di potersi comportare (sentiremo in una prossima audizione Manca ed Agnes) come una qualsiasi azienda.

GIOVANNINI. Avrò i suoi problemi di bilancio.

GOLFARI. Non avendo il tetto, si fa molta più pubblicità.

SORTINO. Noi sosteniamo che il tetto Rai non deve essere prefigurato - come fa il disegno di legge - avendo come punto di riferimento esclusivamente l'equilibrio col sistema privato, bensì l'esigenza, sottolineata

dalla Corte costituzionale, di un equilibrio tra tutte le componenti del sistema dell'informazione. Questo è quanto chiediamo e sosteniamo che il contributo pubblico comporta necessariamente la fissazione, quantomeno, di un tetto per la pubblicità.

Si può fare la scelta tra privatismo e pubblicismo, ma non sembra accettabile prendere dai due orti il meglio di ciascuno.

GIOVANNINI. A me interessa molto il quesito del senatore Golfari relativo all'unicità della visione con cui affrontare una legge sull'informazione. Si tratta infatti di una materia di cui mi occupo da anni e sulla quale ho scritto anche dei libri.

Penso che la risposta alla sua domanda verrà fornita dai fatti e dalle tecnologie. Sono passati venti anni da quando Mc Luhan parlava di «villaggio globale dell'informazione». Oggi un giornale può essere mandato in rotativa e stampato, ma l'informazione può anche arrivare direttamente nelle case con i sistemi che i giapponesi stanno sperimentando: è solo un problema di investimenti finanziari. A monte di questi sistemi troviamo tutte le forme di comunicazione legate alla televisione, ai televideo, alle banche dati, al telefono. La compenetrazione tra carta stampata e mondo dei cosiddetti *new media* è sotto gli occhi di tutti: chi non la vede è perchè non vuole vederla.

Stiamo tornando su un problema che abbiamo già trattato: non possiamo non considerare come un *unum* i quotidiani e i periodici, ma anche la radio, di cui troppo spesso ci si dimentica, la televisione e tutti i *new media*. Ovviamente non penso ad un meccanismo goebbelsiano di regolamentazione rigida del mondo dell'informazione; ma la visione culturale che deve presiedere ad una normativa in materia deve essere unitaria. Che si voglia creare un sistema elastico o rigido, liberale o meno sono aspetti da valutare, ma la visione del mondo dei *mass-media* è unitaria e come tale va studiata per tradurla in un sistema di regole.

RUSCONI. Vorrei fare una breve osservazione. Sono pienamente d'accordo con quanto ha detto il presidente Giovannini; solo che stiamo parlando di una legge che regola ciò che è avvenuto ieri. Non è possibile regolare quanto sta per avvenire, dato che si tratta di un mondo in movimento. Se il disegno di legge verrà approvato dai due rami del Parlamento, anche nel testo attuale, tra un anno la legge probabilmente sarà superata e bisognerà studiarne un'altra.

Mi sembra - lo dico come cittadino - che si debba avere sempre presente la necessità di evitare che il potere di singoli o di gruppi monopolizzi l'opinione pubblica. Se si ha questa preoccupazione - che è poi quella che ha dettato l'intera legislazione degli Stati Uniti -, la libertà di comunicazione e di informazione non è in pericolo. Teniamo conto che la televisione non fa informazione solo con i notiziari, ma anche in modi più «sotterranei»: l'importante è che nessuno possa manipolare l'opinione pubblica. Oggi questa possibilità esiste.

PRESIDENTE. Desidero porre un'ultima domanda. Poichè nel disegno di legge in esame è prevista la figura del Garante, volevo sapere se, sulla base dell'esperienza maturata con la legge sull'editoria, ritenete si rendano necessarie forme di coordinamento tra i due garanti, data la connessione

esistente tra i settori. Più in generale, considerate positiva l'esperienza del Garante della legge sull'editoria?

GIOVANNINI. Positiva è tutta l'esperienza della legge; un provvedimento che non è stato proposto da noi, ma che abbiamo accettato, cercando di non comportarci da *lobby*. La legge è certamente imperfetta, ma ha il merito di aver posto dei limiti al monopolio e di aver fatto chiarezza sulla proprietà. Da tre mesi sono anche presidente della Federazione mondiale degli editori e devo dire che la nostra legge sull'editoria è oggetto di attenzione e di curiosità all'estero.

Per quanto riguarda le varie figure di Garanti che si sono succedute, dopo un certo periodo di impaccio nel considerare quale fosse realmente la loro missione, essi hanno operato senza grossi problemi e l'esperienza può considerarsi positiva. Nei casi in cui sono emersi dei problemi, essi sono stati trasferiti alla magistratura ordinaria. Infine, relativamente al coordinamento, faccio riferimento a quanto dicevo poco fa. Questa figura dovrebbe lavorare alla presentazione di un piano organico che interpreti la visione unitaria di tutti i *media*. Vedo con favore una autorità elastica e molto liberale che sovrintenda al mercato dei *media*.

PRESIDENTE. Ringrazio i nostri ospiti e i colleghi senatori che da questa mattina sono impegnati in questa indagine, e dichiaro conclusa l'audizione.

Il seguito dell'indagine è rinviato ad altra seduta.

I lavori terminano alle ore 18,30.

SERVIZIO DELLE COMMISSIONI PARLAMENTARI

Il Consigliere parlamentare preposto all'Ufficio centrale e dei resoconti stenografici

DOTT. ETTORE LAURENZANO