TRE FIRME per slegare LA TIVVU'

I REFERENDUM PER LA LIBERTA' DI INFORMAZIONE

di ROBERTO DI GIOVAN PAOLO

La campagna referendaria è cominciata. Firmare non è il surrogato della vittoria che Berlusconi ha negato ai suoi avversari, ma un atto di libertà, il tentativo di aprire un varco in quel "muro di gomma" che comprime il federalismo dell'informazione nel nostro Paese. Tre sono i quesiti proposti contro punti salienti della legge Mammì, per limitare a un solo network la proposta di un singolo soggetto privato (come nel resto d'Europa); per impedire monopoli nel mercato pubblicitario televisivo, per eliminare gli spot nei film e nelle opere d'autore. Obiettivo: un milione di firme entro luglio. E, naturalmente, fare un'iniezione ricostituente alla democrazia italiana. »

Brutto, vecchio e cattivo. In molti ci stanno provando a spiegarlo così. Ma non è vero.

Il referendum sulla legge Mammì, i tre quesiti proposti al giudizio dei cittadini italiani, non sono un capriccio ma il tentativo cosciente di aprire un varco tra i muri dell'informazione e della comunicazione in genere, del potere e della politica nel nostro paese.

Chi se ne intende lo ha già capito ed ha iniziato, per ora, con la tecnica del "muro di gomma", che è poi quella altamente redditizia della insinuazione (ma è anche la più pericolosa perché arriva direttamente, talvolta perfino nella mente di chi è tra i promotori).

Dunque, "brutto vecchio e cattivo". Per i detrattori questo referendum che chiede di proibire (come in Europa) le interruzioni pubblicitarie durante i film o le opere d'arte; che permette la proprietà di solo un network nazionale per soggetto (come nel resto d'Europa); che vorrebbe ristabilire condizioni di parità di mercato nel campo pubblicitario (come, ancora una volta, nel resto d'Europa e del mondo), sarebbe "brutto, vecchio e cattivo".

Firme per il referendum. Anche ai giardini pubblici
Foto M. Marcotullio/ Sintesi

"Brutto", perché non abroga tutta la legge come perfino chi dette il nome alla legge del 1990 propone: interpellato dall'agenzia "Adn-Kronos" il giorno prima della partenza della raccolta di firme, Oscar Mammì si diceva daccordo ad abrogare tutta la legge, e perciò in disaccordo (!) con i promotori del referendum. Una posizione, ad onor del vero, che aveva ripetuto pari pari al convegno che il Comitato promotore tenne alle Acli, nella sede nazionale, poco prima della campagna elettorale delle politiche del 27 e 28 marzo. Una posizione ben strana, se però non la si connette con ciò che ha dichiarato il 27 aprile sullo stesso argomento il "salvatore della Fininvest", Tatò, che sostiene esattamente le cose dette da Oscar Mammì. E cose non dissimili ha ripetuto lo stesso Berlusconi il giorno dopo essere stato "incaricato" dal presidente della Repubblica di formare il Governo.

Referendum: aprire un varco nel potere

Dunque, un primo punto da segnarsi bene a mente in questa sorta di "cluedo" dell'informazione e dei poteri forti del paese: coloro che sono più favorevoli alla cancellazione completa della attuale Legge Mammì (o meglio, vogliono apparire tali...) sono i massimi protagonisti di una legge che più che regolare un settore lo fotografò meccanicamente.

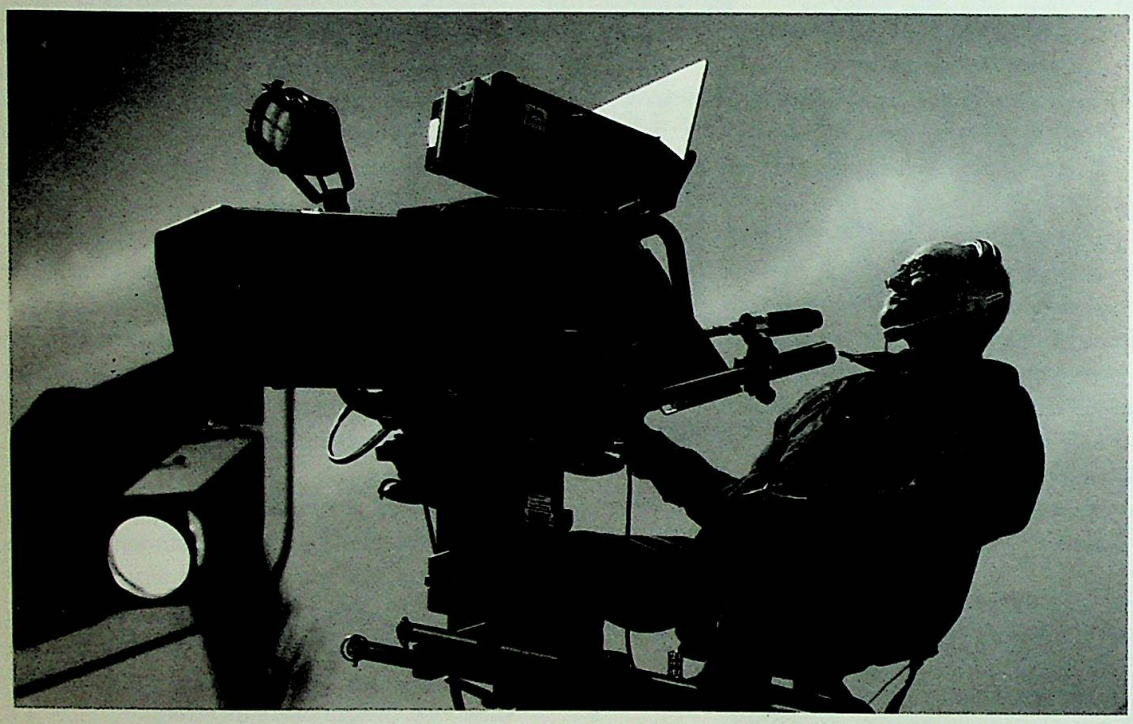
E qui siamo al secondo punto: questo referendum è "vecchio". Lo hanno cominciato a dire, in un impeto autocensorio anche alcuni pezzi di società civile, associazioni e partiti che sono "vicini" al Comitato promotore. Delle volte è sincera preoccupazione. Talvolta è paura o malcelato disinteresse. In ogni caso è un errore.

E vero che la Legge Mammì è stata costruita, redatta, promulgata nell'era "giurassica" della politica italiana, prima che scoppiasse Tangentopoli e quando ancora regnavano Andreotti Forlani e Craxi, ma il referendum non torna su "cose vecchie". Tutt'altro. Apre fronti che allora erano sembrati calmi: chiede, soprattutto, e non è poco in vista delle prossime elezioni europee del 12 giugno, che le forze politiche di questo Paese siano coerenti rispetto, appunto, alla tradizione legislativa di tutti i paesi europei ma anche di altri paesi economicamente e democraticamente maturi.

Chi crederebbe davvero che negli Stati Uniti o in Gran Bretagna sia possibile che due sole società concessionarie di pubblicità possano decidere tempi, modi, prezzi e sopravvivenza stessa delle tv e radio locali e nazionali. E possano decidere anche, volendo, di far nascere sotto la propria ala altre aziende di comunicazione o pubblicità, sal- »

vo stroncarle quando non servono più? In Italia Sipra e Publitalia possono farlo.
Oppure, chi crederebbe che negli Stati Uniti o in Gran Bretagna la maggioranza delle reti televisive nazionali siano sotto il controllo di due, al massimo tre soggetti (pubblico o privato in questo senso conta poco, dal punto di vista del pubblico). In Italia accade.

Referendum. Liberare l'informazione
Foto Agenzia Sintesi



In ultimo si tratta di capire se il diritto d'autore lo si deve difendere solo per quelli "che hanno un nome" oppure per tutti. Nessuno è contrario all'utilizzo della pubblicità, che anzi salva moltissime piccole iniziative. È il contrario che non si capisce: perché mai la pubblicità che "spezza" un film o un'opera radiotelevisiva dovrebbe essere maggiormente accolta dal pubblico di quanto non lo sia se invece viene mandata in onda (magari anche con qualche presenza in più) prima, dopo o nel'intervallo previsto.
Possibile che nessuno sappia nel settore che gli stessi pubblicitari italiani stanno studiando da tempo la possibilità di "monitorare" l'uso della pubblicità, studiandone il gradimento secondo l'ora ed il modello scelto e che, insomma, se il "prodotto" mi interrompe il film con De Niro tre o quattro volte, io non lo compro più per tutto il resto della mia vita? Non sono, questi temi, modernissimi, attuali, europei, mondiali? Ma, se non bastasse, e in previsione di una *escalation* reale anche del dibattito, insieme all'avvicinarsi del "milione" di firme che vorremmo, vedrete che qualcuno ribadirà il concetto di referendum "cattivo". Perché?
Probabilmente lo si vuol far passare (è inutile far finta di niente...) come una iniziativa politica dei "perdenti" (la sinistra Più il solito manipolo di "cattocumunisti" al traino...) che "nun ce vonno 'stà".
Non è così naturalmente, e non solo perché il lavoro è iniziato lo scorso novembre 1993 e non si è concretato solo nei tre quesiti di referendum sulla Legge Mammì, ma anche in un manifesto in dieci punti "per una informazione libera e pulita". E poi anche perché vedrà realizzarsi la possibilità di una proposta di legge concreta, di iniziativa popolare, a cui stanno già lavorando esperti del settore.
Dunque, niente "rivincite". Niente "nostalgie". Anzi, grande apertura a chi come il liberale Biondi annuncia di essere "da liberale a tutto tondo", contro ogni monopolio; a chi come la Lega vuole dimostrare di essere davvero liberal-democratica, a chi nel "Polo delle Libertà" ha ritenuto di trovare la via giusta del mercato(di un mercato che in Italia però è falsato e sotto controllo...).

Questo referendum è di tutti

Questo referendum è di tutti. Non appartiene neanche a chi lo ha promosso, per il semplice fatto che mentre noi ragioniamo (e soprattutto costituiamo banchetti per fare centomila firme a settimana) le nuove tecnologie rendono sempre più obsoleta questa legge-fotografia e non il nostro referendum.
Raccogliamo un milione di firme e sediamoci al tavolo dove si discuterà del futuro della comunicazione, della informazione, dei poteri forti di questo Paese.
Non è questo il nodo vero della democrazia italiana oggi?