

giormente attenta ad inseguire e a « mettere in scena » una rappresentazione esteriore e frammentata dei problemi ed una personalizzazione esasperata delle vicende, piuttosto che ad affrontare in modo approfondito, serio e senza pregiudizi i grandi temi del paese. Naturalmente questo compito è in primo luogo e soprattutto responsabilità dei direttori, nell'autonomia che loro compete e che è nostro dovere garantire.

Per la verità, vorrei rivendicare al servizio pubblico momenti alti di approfondimento: gli interventi delle reti e dei telegiornali RAI durante la recente campagna elettorale rappresentano a mio parere uno dei più importanti esempi di una corretta ed approfondita informazione in una cruciale contingenza politica. E vorrei ricordare che quella informazione politica fu realizzata dalla RAI proprio su sollecitazione della Commissione parlamentare di vigilanza e contro il parere di una direzione aziendale che propendeva invece per un intervento di tipo minimale.

Ricordo questo non per sottovalutare la necessità di un ripensamento anche dell'informazione politica – così come di quella giudiziaria – della RAI, ma per sottolineare che l'azienda ha al suo interno le capacità creative, l'intelligenza e la sensibilità necessarie al rinnovamento dell'informazione. Sono convinto che le scelte professionali che abbiamo effettuato diano la garanzia che questo rinnovamento sarà realizzato con una stretta adesione ai doveri peculiari di un servizio pubblico.

D'altra parte, i primi risultati che provengono dai telegiornali sembrano confermare la bontà delle scelte da noi compiute, non soltanto e non tanto in termini di *audience* – che pure ci sono ma che vanno verificati su archi temporali più ampi – quanto in termini di autorevolezza. Si è accentuato infatti il fenomeno della preferenza per l'informazione del servizio pubblico nei momenti nei quali i cittadini avvertono l'importanza o la drammaticità di taluni fatti della cronaca o della politica.

Le nuove linee editoriali della RAI, approvate dal consiglio di amministrazione

lo scorso 6 agosto, assumono come priorità la riqualificazione dell'offerta, attraverso la valorizzazione degli specifici compiti e missioni che devono caratterizzare il servizio pubblico e mediante il perseguimento di una strategia della qualità che dovrà marcare la sostanziale differenza rispetto alla televisione commerciale. Siamo infatti convinti che un grande soggetto della comunicazione, quale è la RAI, possa mantenere ed anzi rafforzare la propria capacità di acquisire il consenso del pubblico accentuando la propria identità e la propria specificità, non più inseguendo l'offerta commerciale ma proponendo la propria diversità qualitativa come valore condiviso di massa.

Soprattutto negli ultimi anni, questa diversità si è attenuata. Una certa « stanchezza » ideativa e una diffusa ripetitività hanno caratterizzato l'intera televisione italiana e, in un processo di omologazione per alcuni aspetti assai profondo, anche l'offerta del servizio pubblico. La RAI ha però le risorse intellettuali e professionali per invertire questa tendenza ed anzi avviare una stagione di creatività, di innovazione e di sperimentazione. La RAI ha insomma dentro di sé le risorse di cultura e di managerialità con le quali progettare nuove esperienze di grande televisione e rilanciare la radio.

Consapevoli di questo, abbiamo perciò dato grande spazio nelle nostre linee editoriali alla ricerca e alla sperimentazione di nuovi linguaggi, nuovi prodotti, nuovi percorsi culturali. È questa, tra l'altro, la condizione affinché si possa cominciare a dare risposta ai bisogni di cultura, di informazione, di intrattenimento, di socializzazione critica, di autoformazione, che la televisione e la radio oggi non soddisfano.

La qualità, che va migliorata anche attraverso l'adozione di tutte le nuove e sofisticate tecnologie digitali, potrebbe rappresentare anche l'arma vincente per allargare il migliore consumo della radio e della televisione. La strategia editoriale e produttiva che si conforma a questo obiettivo è quella della specializzazione e articolazione dell'offerta. Delineiamo così l'obiettivo di un nuovo modello editoriale che

specializzi verso l'alto tutti i generi radio-televisivi; che investa con coraggio e lungimiranza nell'area *film-fiction*; che sposti il rapporto produzione-acquisti a vantaggio della produzione; che valorizzi la « memoria » rappresentata dai nostri archivi audiovisivi; che garantisca la presenza contemporanea nel servizio pubblico delle offerte generalista, tematica e locale attraverso soluzioni in linea con lo sviluppo tecnologico e con la convergenza multimediale.

La progettazione della riconversione dell'offerta in questo momento non può non scontare il fatto che ancora non è stata approvata la riforma di sistema. Così, noi giudichiamo necessaria una futura articolazione dell'offerta in canali generalisti, canali tematici, offerta locale e multimedialità. Una progettazione più precisa potrà aversi però solo allorché potremo conoscere ciò che la legge stabilirà per quanto riguarda la cosiddetta rete federata e le condizioni di accesso ai canali tematici e alla multimedialità.

Voglio però sottolineare che la RAI vede, nella territorializzazione di parte della propria offerta, una necessità imposta da un sistema della comunicazione e della cultura che sempre più si struttura nella polarità tra globale e locale.

Siamo, in altre parole, in presenza di una esigenza di innovazione del prodotto che si presenterebbe comunque, anche se il Parlamento – per ipotesi – lasciasse cadere il progetto di rete federata. Oggi, parte importante dei circuiti culturali del paese ha dimensione locale, coerentemente con un movimento di riorganizzazione della società civile e del sistema produttivo che ricercano nella città o nel distretto industriale solidarietà e sinergie. Questa dimensione locale deve crescere, deve imparare a competere su scala globale, deve pensarsi come elemento di ricostruzione – su basi nuove – dell'unità e dell'identità del paese. La comunicazione e la cultura, e dunque il servizio pubblico, hanno un ruolo importante da svolgere in questo senso. Mi auguro, d'altra parte, che la legge colga il rapporto strettissimo che

esiste tra innovazione del prodotto e accesso alle reti distributive dell'età digitale.

La RAI deve poter essere presente sul cavo, sul satellite, in ogni altro tipo di trasmissione che le tecnologie digitali renderanno possibile, non solo come *content provider* ma anche come *service provider*, perché è attraverso questa presenza diversificata che si potrà dispiegare una strategia di innovazione del prodotto e si potranno rimodulare i compiti e la missione del servizio pubblico, rilanciandoli nel nuovo scenario della comunicazione.

Le nuove linee editoriali si concretizzeranno anche in un nuovo modello organizzativo-produttivo. La politica editoriale di allargamento e specializzazione dell'offerta richiede innanzitutto una forte attenzione al ruolo e all'identità dei canali, sia generalisti che tematici. Il canale è ciò che rende visibile e coerente una linea di offerta: è il « marchio » che si posiziona con una forte riconoscibilità nel quadro complessivo dell'offerta.

Abbiamo perciò ritenuto necessario superare una situazione nella quale troppi soggetti avevano responsabilità editoriali che insistevano in uno stesso canale. Pensiamo dunque ad un modello « a tendere » nel quale il direttore di canale sia il responsabile della linea editoriale, mentre aree tematiche (strutturate per « generi ») detengano il compito di produrre e approntare i programmi. I canali agiranno dunque come committenti di aree produttive che potranno specializzarsi in funzione del mercato.

Mi pare che in questo modello vi sia in embrione una fondamentale innovazione: le aree tematiche, chiamate a produrre in funzione dei canali generalisti e di quelli tematici, potranno acquisire progressivamente una strategia fondata su prodotti indirizzati ad una pluralità di canali distributivi, anche indipendentemente dalle esigenze dei palinsesti. Abbiamo, insomma, messo il prodotto al centro della nostra politica editoriale.

Nell'immediato, la ricerca di una forte connotazione di identità dei diversi canali si traduce in indirizzi editoriali per le tre reti televisive, così come esse si presentano

nell'attuale quadro normativo. Tra gli elementi caratterizzanti la prima rete, resteranno punti di riferimento la grande *fiction*, il *talk show*, i film di forte visibilità, i contenitori con offerte di servizio, i grandi avvenimenti ed eventi (sportivi e non), l'informazione, i programmi per bambini e giovani, l'intrattenimento: macrogeneri tipici di un canale orientato alle famiglie, che innova, attento a conservare un impatto culturale di massa.

In questo contesto, il *TG1* si qualificherà per un linguaggio e un profilo editoriale capaci di rivolgersi ad una vastissima platea, senza per questo indulgere ad una banalizzazione dell'informazione o all'uso prevaricante delle cosiddette *soft news*.

La seconda rete dovrà invece interpretare le tendenze future, le domande dei giovani, il « nuovo » sociale e culturale. Dovrà perciò puntare maggiormente sulla sperimentazione dei linguaggi, sui nuovi generi di *fiction*, sugli approfondimenti non tradizionali anche in prima serata, sullo spettacolo « alto », sul rapporto con le istituzioni. La sua programmazione dovrà mirare ai giovani, alle donne, alle classi emergenti, ma anche alle fasce deboli. Il *TG2* dovrà dedicare particolare attenzione alle trasformazioni sociali e culturali del Paese, dare una lettura imparziale, non scontata, vivace del Paese e dei suoi mutamenti.

Particolarmente impegnativo è il problema della diversificazione editoriale della terza rete, riferita per il momento al quadro normativo esistente. Il recupero e la valorizzazione di una nuova dimensione territoriale costringe a ripensare *ex novo* la sua missione e la sua offerta. Si dovrà comunque dare largo spazio alla ricerca sui bisogni emergenti, sull'evoluzione degli stili di vita, delle sensibilità culturali, dei comportamenti individuali e collettivi; e, dunque, si dovrà accrescere la specificità di un rapporto con la cronaca e con la realtà, innovare le formule dei programmi di satira, non fare ricorso in prima serata, ad esclusione del periodo estivo, a film e telefilm.

Il *TG3* dovrà anch'esso profondamente innovarsi, mentre dovrà essere cercata

una politica di rilancio dell'informazione della *TGR* che registra, nel complesso dell'ultima gestione, un sensibile abbassamento dell'ascolto e forti disomogeneità nel rapporto stabilito tra il pubblico delle diverse regioni.

A fondamento della politica di caratterizzazione dei canali, c'è, tra l'altro, l'obiettivo di un più equilibrato risultato d'ascolto. Nel 1995, la RAI ha infatti ottenuto un ascolto del 49 per cento in prima serata e di quasi il 48 per cento nell'intera giornata, consolidando la propria posizione di primato. Ma questo risultato – al di là delle considerazioni qualitative sull'offerta – è stato ottenuto soprattutto grazie al rafforzamento di RAIUNO, a fronte di un lieve calo delle altre due reti. In futuro la RAI, pur ritenendo ancor utile puntare su una rete *leader*, dovrà tendere a riequilibrare questo dato con una crescita di tutti i canali.

Uno spazio particolare, all'interno delle linee editoriali approvate dal consiglio, è stato dedicato alla radio. Nell'ultimo triennio, la quota di ascolto di Radio RAI è calata dal 27,3 a poco più del 20 per cento. Occorre una strategia « d'urto », di rilancio e di riqualificazione. Questo spiega l'urgenza con la quale abbiamo affrontato la riorganizzazione del settore radiofonico. Specializzeremo l'offerta, con una rete prevalentemente informativa anche se non esclusivamente *all news*, una rete di musica e intrattenimento, una rete dedicata all'offerta qualitativamente più « alta ». Inoltre, dallo sviluppo delle reti attuali prefigureremo futuri canali tematici a grande identità di prodotto.

Riprogetteremo e svilupperemo Isoradio e esploreremo, nel nuovo scenario digitale, le possibilità di un rilancio della filodiffusione. La rete parlamentare, indicata dalla legge di riforma, potrà diventare una vera e propria agenzia dei lavori parlamentari. Soprattutto, ci impegneremo a far sì che la radio diventi parte di un processo di innovazione tecnologica del paese. Svilupperemo pertanto, per quanto ci sarà reso possibile dal quadro normativo e dalla disponibilità di frequenze, il piano di digitalizzazione della diffusione radiofo-

nica e ci impegneremo perché l'introduzione della radio digitale sia occasione di ripresa produttiva per l'industria italiana dell'elettronica civile.

Ricordavo all'inizio che la RAI si attende legittimamente da questa Commissione indicazioni per il proprio rinnovamento e sostegno per affrontare una fase difficile di cambiamento e, insieme, di sviluppo. Da parte nostra, ciò significa porre con franchezza alla Commissione e, per il tramite di essa, all'intero Parlamento le grandi questioni strategiche del servizio pubblico. Sappiamo come sia facile che sulla RAI si rovescino numerose polemiche contingenti, alcune volte giuste, altre volte alimentate a ripetizione da quella peculiare concentrazione di interessi industriali, politici, culturali e di mondi professionali che si realizza attorno al servizio pubblico.

È però interesse di tutti, per affrontare le grandi questioni di prospettiva, saper dare giusta dimensione e collocazione ai tanti conflitti che strutturalmente si generano attorno alla più grande impresa italiana di informazione, di cultura e di intrattenimento.

Vorremmo che il dialogo con questa Commissione avvenisse dunque sul difficile e impegnativo terreno della percezione dei mutamenti in corso nella società; sul terreno della creazione di forme di comunicazione e di strutture di offerta in grado di soddisfare in modo differenziato la crescente complessità della società; su quello, infine, dei percorsi di maturazione di una cultura che, comprendendo ed esprimendo le diversità, dia alla società italiana coesione e proiezione verso il futuro, facendo emergere valori unificanti senza i quali né la dimensione locale né quella globale possono positivamente affermarsi.

Esplorare le forme nuove della cultura e della comunicazione significa affrontare questo orizzonte tematico e assumersi la responsabilità di un processo creativo che investa non solo il sistema della comunicazione ma l'insieme della società italiana.

Vorremmo, lasciatemelo dire, pensare e progettare assieme. È questa la sostanza dell'impegno che la RAI porta a questo

Commissione: un impegno di positiva collaborazione nella costruzione di una visione del futuro che sappia tradurre in progetti e strategie concreti la missione che il Parlamento ci affiderà. Vi ringrazio per l'attenzione.

**PRESIDENTE.** Ringrazio il presidente della RAI per l'ampia relazione sulle prospettive del servizio pubblico, relazione che personalmente considero soddisfacente.

Passiamo ora alle domande dei colleghi. Poiché la prassi seguita con riferimento a questa fase della discussione si è affermata nel senso di prevedere l'intervento di un primo gruppo di tre commissari, la relativa replica degli auditi e la successiva proposizione di domande da parte di altri tre colleghi, in questo modo procederemo anche oggi. I primi tre colleghi iscritti a parlare sono l'onorevole Paissan, il senatore Servello e l'onorevole Folini.

**MAURO PAISSAN.** Chiedo preventivamente scusa ai colleghi della Commissione ed ai rappresentanti della RAI perché, dopo l'intervento, dovrò assentarmi per il tempo necessario a partecipare alla Conferenza dei capigruppo, che il Presidente Violante ha convocato per le 12. Comunque, mi avvarrò del resoconto stenografico per conoscere le eventuali risposte ai miei quesiti, anche se penso di poter tornare subito dopo.

Per celerità, procederò per punti, non senza aver prima dichiarato di aver apprezzato la volontà di dialogo con questa Commissione e con il Parlamento espressa dal presidente Siciliano.

La mia prima osservazione riguarda l'assenza, nella relazione del presidente, di osservazioni sulle condizioni economico-finanziarie dell'azienda. Il Parlamento, la Commissione, in questi ultimi anni hanno vissuto alla luce dell'alternanza tra grida di allarme e urla di soddisfazione sulle condizioni economiche dell'azienda. Perciò vorrei capire se, nel vostro primo contatto con i conti della RAI, vi sia apparso che, per il risanamento economico-finanziario

di cui si è parlato negli ultimi tempi, sia sufficiente un aggiustamento contingente o se invece occorra un vero e proprio risanamento strutturale, per considerare con ottimismo il futuro dell'azienda stessa. Rivolgo questa domanda considerando le due ipotesi: quella che nulla cambi rispetto alla legislazione vigente, e cioè che la RAI proceda con l'attuale numero di reti e di testate e con i medesimi introiti (pubblicitari e da canone), e quella in cui dovessero essere approvate alcune modifiche legislative riguardanti la RAI. In questa seconda ipotesi vi chiedo quali dei provvedimenti ipotizzati siano tali da mettere in discussione l'equilibrio economico dell'azienda.

La seconda osservazione riguarda una consapevolezza, che noto essere molto diffusa tra le parti politiche, nella società e anche nel vostro documento riguardante le linee editoriali, che ho scorso, non avendo avuto ancora modo di leggerlo con attenzione: ma vi ho trovato un passaggio – richiamato anche dal presidente – sulla necessità di una forte differenziazione tra il soggetto pubblico e quello privato. Molti parlano di omologazione tra la RAI e la televisione commerciale; il presidente ha detto qualcosa in proposito, ma mantenendosi molto sul generico, e direi anche sul sociologico. Chiedo perciò a lui e al direttore generale di essere un po' più concreti ed esemplificativi a questo proposito. Vorrei sapere quali indicazioni, quali programmi, quali piani e quali provvedimenti si intendano adottare per motivare la natura pubblica della RAI e per giustificare il pagamento del canone da parte di tutti i cittadini. Il cittadino ha diritto ad avere un servizio di informazione, di cultura, di intrattenimento e di trasmissione di servizi sociali: cosa intendete innovare su questo fronte?

Il terzo tema riguarda l'informazione politica, di cui ha parlato, sia pur rapidamente, il presidente Siciliano. Si tratta di un tasto assai dolente, presidente, perché l'informazione politica della RAI spesso e volentieri è ridotta al teatrino dell'effimero, senza alcun legame con i problemi reali del paese e dei cittadini. Lei ha par-

lato di spettacolarizzazione della politica, ma secondo me è qualcosa di peggio. Le faccio un esempio che mi riguarda anche personalmente. È capitato ai verdi, ed è capitato a me stesso ed al ministro dell'ambiente Ronchi, di aver l'onore dell'apertura dei telegiornali e dei giornali radio durante una polemica contingente con il ministro dei lavori pubblici Di Pietro. L'altro giorno, lo stesso ministro dell'ambiente Ronchi ha presentato in Consiglio dei ministri – che l'ha condiviso – un progetto di riforma, che definirei una sorta di rivoluzione, di tutta la gestione dei rifiuti (che, come lei sa, è una grande questione di tutte le società industriali). Ebbene, nessun telegiornale della sera ha dato una sia pur breve notizia di questo provvedimento. Da una parte, perciò, assistiamo all'apertura dei telegiornali dedicata ad una polemica, ad uno scontro dialettico; dall'altra, al silenzio assoluto su un aspetto che interessa tutti i cittadini.

Il TG3 dell'altro giorno, nell'edizione serale, non ha dedicato neanche un servizio all'iniziativa « puliamo il mondo » così lodevolmente sponsorizzata alla stessa RAI. Mi chiedo se questa è informazione, e se è informazione di servizio pubblico. In questo modo, infatti, i telegiornali finiscono per scimmiettare i quotidiani. Inoltre, rischiano di influenzare la qualità stessa della politica, perché se un uomo politico, un parlamentare, sa di poter andare in video dando del « pirla » ad un suo antagonista politico mentre, invece, è di fatto censurato se presenta una proposta politica seria e di qualità, è ovvio che sarà tentato di comportarsi di conseguenza, qualificando il suo modo di fare politica funzionalmente a quella che io ritengo una degenerazione dell'informazione politica. Penso che proprio qui il servizio pubblico debba qualificarsi, senza scimmiettare un'informazione politica che, ripeto, è il teatrino dell'effimero. Lei ha parlato di autonomia dei direttori: è doveroso richiamarla quando si fanno queste osservazioni, ma l'autonomia dei direttori non può prescindere dalle indicazioni dell'editore, che in questo caso è la RAI.

Un altro punto riguarda il cosiddetto pluralismo informativo, cioè il modo in cui l'informazione pubblica rappresenta le varie parti politiche. Non voglio fare esempi; mi limito solo a segnalare che c'è chi è scandalosamente sovraesposto e chi è scandalosamente ignorato o sottorappresentato dal servizio pubblico. Non voglio fare esempi un po' per carità di patria e un po' per carità di coalizione. Mi limito ad una proposta: la RAI ripristini immediatamente l'osservatorio sulle presenze politiche, un osservatorio che abbiamo attivato, concordemente con l'azienda, nel periodo elettorale; divenga un servizio costante e pubblico (poi lo sapremo valutare, spero, con intelligenza politica). Vorrei sapere dalla RAI se possa adottare questo provvedimento in modo autonomo o se sia necessario che la Commissione di vigilanza si esprima in proposito con una delibera formale (è ovvio che preferirei la prima soluzione).

Passo infine alle nomine di cui ha parlato il presidente. Considero le vostre decisioni estive una pagina nera che ha segnato in modo negativo il vostro esordio, e lo dico indipendentemente dal giudizio che do dei singoli professionisti che avete prescelto. È stata una pagina nera almeno per due motivi. Innanzitutto, ritengo che non vi fosse alcun bisogno di rinnovare subito e per intero i vertici sia delle reti sia delle testate. In questo caso avete agito esattamente come il precedente consiglio di amministrazione, cioè legando le direzioni di rete e di testata ad una tornata elettorale, e questo lo ritengo davvero molto negativo. Inaccettabile è stato poi il metodo da voi seguito. Non è vero, presidente Siciliano, che avete agito solo sulla base di criteri di professionalità; non è vero, lo ripeto. Potete agire, nello scegliere i direttori, in totale autonomia ed io avrei apprezzato questa scelta; oppure consultando tutti, per avere delle indicazioni o dei consigli. Invece avete ascoltato solo alcuni, cioè le forze politiche – e anche qualche postazione istituzionale – che avevano interesse e intenzione di lottizzare o di sostenere propri candidati. Avete trattato con i partiti del Polo, con tanto di emissari da loro

designati, e con alcuni partiti dell'Ulivo, non con tutti. Poi vi è stato chi è rimasto soddisfatto, avendo avuto molto, e chi è rimasto insoddisfatto, avendo avuto poco; ma tutti hanno partecipato o tentato di partecipare (che è la stessa cosa) al banchetto.

Non ho capito, presidente, e in questo caso anche direttore generale (perché in base alla legge spetta a quest'ultimo la proposta dei nomi per i direttori di rete e di testata), perché avete voluto gratificare forze come i verdi, rifondazione comunista, la lega nord e altre formazioni minori del privilegio di non aver partecipato in alcun modo a quella sorta di Porta Portese che si è svolta ad agosto sulle nomine. Per quanto ci riguarda, vi ringraziamo. Vi chiediamo soltanto se intendiate seguire lo stesso metodo anche per quanto riguarda i vicedirettori, i capi redattori e « giù giù per li rami ». Questa è una curiosità che gradirei fosse soddisfatta. I colleghi dell'opposizione sono in gran parte lottizzatori rimasti insoddisfatti. A questi colleghi, che straparlano di RAI dell'Ulivo, dico che questa definizione è impropria ed è offensiva almeno per alcune delle forze dell'Ulivo. Se proprio volete usare una definizione, parlate di RAI del semi-Ulivo e del mini-Polo.

**PRESIDENTE.** Complimenti per la fantasia.

**FRANCESCO SERVELLO.** Innanzitutto desidero salutare il presidente e il consiglio di amministrazione della RAI nella mia qualità di rappresentante di alleanza nazionale in questa Commissione: molti auguri.

La relazione del presidente si può dividere in due o tre parti. Una (apertura e conclusione) è una vera e propria lettera di intenzioni, e non si può certamente dissentire dalle buone intenzioni qui espresse dal presidente Siciliano. Un'altra parte è una specie di ping pong che egli ha ritenuto di stabilire tra il consiglio di amministrazione, e quindi la RAI, e questa Commissione, facendo intendere che era dovere – come del resto è per legge – di

questa Commissione esprimere i propri indirizzi e mettere il consiglio di amministrazione in condizione di regolarsi, per la parte necessaria, sulla base di tali indirizzi. Sicché argomenta: gli indirizzi non sono pervenuti, e noi abbiamo agito in stato di necessità. Rispetto a questa sorta di ping pong, contesto al presidente la sua analisi sull'itinerario che ha ritenuto di percorrere con le consultazioni, certamente opportune, necessarie, spesso doverose, ma che non tolgono nulla al dovere del consiglio di amministrazione di predisporre il piano editoriale che avrebbe dovuto trasmettere a questa Commissione, attraverso i Presidenti delle Camere, anche prima della sua ufficiale costituzione. L'avevo già detto in una mia dichiarazione dei primi di agosto. Presidente, la costituzione della Commissione avviene non soltanto con l'elezione del presidente e degli altri membri dell'ufficio di presidenza, ma innanzitutto con la designazione dei suoi membri, designazione che è stata fatta dai Presidenti delle Camere in tempi non sospetti. A quel punto non dovevate attendere l'elezione degli organi interni di questa Commissione, ma avevate il dovere di predisporre non tanto le linee del piano editoriale, che certamente saranno state utili all'inizio del vostro mandato, quanto il vero e proprio piano editoriale. Ma la realtà è che questo piano manca anche oggi, dopo che la presidenza della Commissione è stata eletta e i suoi organi sono funzionanti. Cosa dobbiamo attendere? Che lei realizzi, con il consiglio d'amministrazione e il direttore generale, tutte le belle cose che ha indicato nella lettera di intenzioni? Non ritiene che questo adempimento di legge sia particolarmente urgente e che almeno oggi avreste dovuto assumere un impegno al riguardo?

Voglio poi contestarle una cosa che mi ha fatto un po' sorridere. In base alla sua relazione sembra che tutto vada bene, madama la marchesa, che non sia successo quasi nulla di strano, di particolarmente significativo, come ha rilevato, peraltro con ben altra impostazione, il collega Paissan. Ma ciò che è accaduto nel mese di agosto è stato davanti agli occhi di tutti,

sui giornali e in televisione. Perciò non possiamo accettare la sua relazione da questo punto di vista, perché è piuttosto frettolosa sulle nomine dei direttori di rete e di testata, che il consiglio di amministrazione ha compiuto nella settimana di ferragosto. Il collega Paissan ha polemizzato a questo proposito, tornando indietro nel tempo al precedente consiglio di amministrazione, ma io non credo che siano stati seguiti gli stessi metodi.

Presidente Siciliano, lei chiede un buon rapporto con questa Commissione, e noi le siamo grati; ma è necessario che tale rapporto sia bilaterale. Lei ha ricordato la spettacolarizzazione dell'informazione, ponendo un problema centrale per il ruolo del servizio pubblico. In questi giorni, anche in relazione allo scandalo in corso, questa forma di spettacolarizzazione ha posto in evidenza anomalie veramente eccessive. È bastato che in qualche testimonianza, in qualche dichiarazione, vi fosse l'indicazione di qualche *leader*, per trasmetterle con grande evidenza sulle reti del servizio pubblico, senza che gli interessati fossero stati chiamati in causa come indagati né come semplici testimoni, determinando però nell'opinione pubblica la sensazione che qualche procedura fosse in corso. Devo rendere atto all'onorevole D'Alena di essere intervenuto con una certa durezza: lo ha fatto nei confronti dei giudici, ma secondo me era coinvolta anche l'informazione.

Nel soffermarsi su quanto è avvenuto, presidente, non ci ha spiegato quali fossero le necessità reali e quale lo stato d'urgenza che avrebbe obbligato il consiglio di amministrazione a destituire dal loro incarico direttori di lungo corso come Nuccio Fava del *TG1* e Moretti del *TG3*. Inoltre non ci ha spiegato se non sarebbe stato il caso di esperire altre procedure, in modo da evitare gli scontri e le guerre di potere che si sono verificati all'interno e che sono emersi da dichiarazioni non solo dei protagonisti, o delle vittime, ma anche di altri soggetti dell'azienda, e non solo in ambito sindacale.

Mi rivolgo ora al direttore generale, che è stato presentato come un grande cono-

scitore dell'azienda, e di questo bisogna dargli atto. Con quali strumenti, con quali provvedimenti concreti – dato che la polemica interna a volte ha superato i limiti del buon costume – pensa di ricondurla in canali rispondenti alle esigenze di un'immagine rinnovata della RAI?

Ancora, chiedo all'azienda se si sia posta il problema di una ricognizione sulle risorse umane e professionali di cui dispone, compiendo una sorta di inventario del proprio patrimonio professionale disponibile e con quali mezzi e metodi si intenda procedere per il recupero e l'utilizzo di questo patrimonio. Ed ancora: quali strumenti di garanzia il consiglio di amministrazione dà al Parlamento sul pluralismo e sulla rappresentanza delle diverse opinioni e tendenze della realtà culturale del paese sia per le testate giornalistiche sia per i prodotti delle reti? In un periodo di transizione quasi drammatico come quello che stiamo vivendo, un'analisi di questo tipo di informazione e direi della formazione della volontà del cittadino penso costituisca un dovere prevalente rispetto a tutti gli altri del servizio pubblico.

Per quanto riguarda gli organigrammi ed i funzionigrammi delle reti e delle testate – esplicitamente mi riferisco alla nomina dei capi struttura, dei capi servizio, dei direttori delle sedi regionali, dei dirigenti di settore – chiedo se il direttore generale ed il consiglio di amministrazione ritengano se non proprio necessaria almeno possibile una scelta ispirata non alla logica dei partiti di maggioranza (perché questo è il principio che è prevalso in diverse scelte ai più alti livelli), ma a criteri che tengano nel giusto conto la professionalità, la capacità e l'autonomia di pensiero e di cultura di quanti, a diversi livelli nell'azienda, hanno la responsabilità del prodotto e della gestione.

In questa prospettiva torna prepotente la necessità di rimettere al centro della filosofia del governo aziendale la deontologia professionale, che è l'unica garanzia di obiettività nell'attività di informazione, ed il presupposto indispensabile per riqualificare il prodotto di intrattenimento e cultu-

rale che, ahimè, troppo spesso con giustificati motivi negli ultimi anni è stato stigmatato come « spazzatura ».

Ritengo opportuno in questa sede sollevare un'altra grande questione di moralità se non proprio di buon gusto: la strumentalizzazione della televisione pubblica, il più importante mezzo di comunicazione di massa del paese, come mezzo personale di promozione politica. Ed è in questo senso che ho sollevato i casi Augias e Montesano: mi auguro che quest'ultimo rassegni le dimissioni da parlamentare europeo prima della messa in onda della *fiction* che lo vede protagonista.

A proposito di *fiction* vorrei sapere dal direttore e dal consiglio di amministrazione su quali opzioni produttive si muoveranno le scelte aziendali, quanto e come delle risorse finanziarie disponibili saranno investite sul prodotto nazionale, e con quali criteri l'azienda sceglierà i *partner*; in sostanza quali garanzie ci vengono date che l'azienda perseguirà una iniziativa che coinvolga il maggior numero di entità produttive in termini sia di impresa sia di realtà artistiche, e che invece la produzione di *fiction* non rimanga un colossale affare per pochi intimi, per una ristretta *lobby* di « cosiddetti produttori » di cui è espressione rappresentativa il signor Silva, che questo consiglio ha pensato bene di nominare direttore proprio della macrostruttura preposta all'esercizio di questa attività.

Ma la televisione non è solo telegiornali, *spot* e *fiction*: la TV è anche un poderoso ed essenziale mezzo di intrattenimento e quindi di formazione per l'infanzia e per i giovani, due pubblici importanti verso i quali la RAI deve rivedere radicalmente la propria attività, riformulando una televisione di evasione meno consumistica, più riflessiva, un veicolo di comunicazione di grandi valori etici e sociali della nostra civiltà. Una televisione, dunque, che sia in grado di soddisfare realmente i più diversi bisogni di cultura e di intrattenimento, che sia in grado di dare una risposta positiva non solo al pubblico generalista ma anche ai pubblici minori: penso alla musica, alle arti visive, alla letteratura

ed alle grandi inchieste. Ma di tutto questo, fin qui, da viale Mazzini sono venuti pochi segnali: l'unica preoccupazione, purtroppo, che abbiamo avvertito nei progetti e nei palinsesti dei nuovi direttori di rete è quella di fare grandi *talk show*, tutti sulla politica; dopodiché diventa legittimo chiedersi che senso abbia avere tre reti se tutte sono in gara tra di loro per fare le stesse cose, con le stesse persone, e sugli stessi argomenti, alla stessa ora.

Fare una buona programmazione (un buon palinsesto – come dicono gli esperti) è importante quanto fare buoni programmi. Quali sono i criteri che regolano i palinsesti delle tre reti RAI? Ci si è posto il problema di considerare la televisione pubblica in una logica di offerta unitaria così da permettere all'utente scelte alternative e non obbligarlo a subire un unico genere, spesso ispirato da un unico modello culturale?

Abbiamo manifestato la nostra opposizione alla decisione presa dal consiglio di amministrazione di staccare la struttura di produzione radiofonica dai centri di produzione televisiva. Tutta la radiofonia passa così sotto la direzione per il coordinamento della radiofonia, appunto, che fa capo al dottor Pietro Vecchione. Considerando che il dottor Vecchione è anche il capo della segreteria del presidente, vi è da chiedersi a quali criteri di funzionalità, a parte considerazioni di stile e di opportunità, risponda una tale concentrazione di funzioni e di responsabilità. Questo, penso, non dovrebbe essere il nuovo stile del consiglio di amministrazione rinnovato, a meno che questa designazione non risponda a criteri di carattere politico, se non partitico.

MARCO FOLLINI. Vorrei fare due considerazioni e un esempio, che contiene anche una domanda. La prima considerazione, alla quale non posso e non voglio sottrarmi, anche perché riguarda il dibattito di questa mattina e anche una parte del dibattito che si è svolto fra le righe, concerne la legittimità e il criterio cui ci si è ispirati per le nomine di agosto. Sono stato tra coloro che hanno dichiarato pub-

blicamente che, in assenza di un preciso indirizzo da parte della Commissione parlamentare di vigilanza, era del tutto legittimo che il consiglio di amministrazione procedesse alle nomine. Per ciò che capisco e conosco della realtà aziendale, credo rientri non solo nelle regole del gioco ma anche nelle necessità di un'azienda che un nuovo gruppo dirigente dia la configurazione più ampia possibile al proprio mandato; riconosco che ciò avviene molte volte attraverso l'avvicendamento dei direttori di rete e di testata.

D'altra parte, non credo che la Commissione parlamentare possa essere intesa come un consiglio di amministrazione surretto; sarebbe stato un fatto largamente positivo se sul tema del piano editoriale si fosse svolto in anticipo un confronto tra il consiglio di amministrazione e la Commissione parlamentare, ma non so quanto ciò avrebbe spostato il baricentro delle nomine dell'agosto scorso.

Naturalmente, questa piena legittimità implica anche la piena libertà di giudizio da parte dei membri della Commissione. Nel merito, non ho molto da aggiungere rispetto a quanto ha osservato poco fa l'onorevole Paissan, peraltro con apprezzabile indipendenza di giudizio e con una libertà intellettuale che riconosco in quanto egli ha detto. Devo però dissentire dalle definizioni date dallo stesso onorevole Paissan, in quanto « semi-Ulivo » mi sembra una definizione un po' limitativa, mentre « mini-Polo » mi appare, al contrario, una definizione alquanto generosa: il Polo è mini come le migliori minigonne di Sharon Stone!

Non mi sembra che le nomine decise ad agosto facciano riferimento ad alcun tipo di equilibrio politico; prendiamo atto che la dirigenza della RAI ha proceduto lungo un certo solco, che mi sembra sia quello che avevano tracciato i presidenti delle Camere nominando l'attuale consiglio di amministrazione e chiamandolo a gestire le sorti della RAI per il prossimo biennio.

Mantengo peraltro le mie riserve ed il mio dissenso nei confronti del disegno generale che si evince dalle nomine decise.

Non aggiungo molto, al riguardo, rispetto a quanto osservato dall'onorevole Paissan e credo che quella che si pone non sia soltanto una questione di parte bensì un problema di cui deve farsi carico chi ha a cuore le sorti della RAI, per cercare di far corrispondere l'azienda non tanto agli equilibri politici e parlamentari quanto piuttosto all'insieme delle correnti che si esprimono nella società, nella cultura, nel mondo della professione, che mi sembra siano rappresentate con qualche forzatura e disequilibrio nelle nomine deliberate.

Per quanto concerne la seconda considerazione che intendo svolgere, prendo spunto dalla relazione svolta poco fa dal presidente Siciliano: vi è una costante che attraversa tutti i gruppi dirigenti che si sono avvicinati alla guida della RAI negli ultimi 10-15 anni; essa riguarda la stretta connessione esistente, per l'azienda, tra le sue ragioni di impresa e quelle di servizio pubblico: dalla RAI dei partiti – se così si può dire – a quella dei professori, fino alla RAI dei *manager* e all'ultimo consiglio di amministrazione, si avverte lo sforzo costante di declinare insieme queste due ragioni; nello stesso tempo, emerge la consapevolezza che proprio questa scelta, da un lato, ha consentito alla RAI di tenere sul mercato e di conseguire successi crescenti in termini di ascolto e, dall'altro, è all'origine di una sorta di distorsione che tutti periodicamente lamentiamo riguardo alla progressiva omologazione del servizio pubblico all'emittenza commerciale. Ritengo che, dopo anni e anni in cui tutti diciamo le stesse cose, sia pure da punti di vista diversi, dobbiamo cominciare a chiederci se non si stia verificando una scissione seria tra le ragioni dell'impresa e quelle del servizio pubblico, nonché se questi due termini non comincino a dissociarsi, ponendo in prospettiva un problema serissimo con riferimento all'identità ed alle caratteristiche del servizio pubblico. Per usare una battuta, lo slogan che ha fatto la fortuna della RAI negli anni ottanta (di tutto, di più) non tiene: credo che oggi la RAI debba scegliere un'identità e che questo processo non sarà indolore. Ritengo altresì che si debba immaginare

un'identità che, da un lato, rafforzi la stessa RAI e, dall'altro, tolga qualcosa all'azienda, intesa così com'è, proprio per renderla più forte e più sicura in ordine agli aspetti che presidiano la sua identità.

Nella relazione svolta oggi dal presidente della RAI ho colto un limite di tipo, per così dire, enciclopedico: mi riferisco alla vocazione, che comprendo e che è propria di tutti coloro i quali hanno avuto una responsabilità nella gestione dell'azienda, di tenere tutto insieme, di coniugare tutto, anche elementi tra loro contraddittori. Nello stesso tempo, ho la consapevolezza (la sottopongo alla dirigenza dell'azienda) che tale contraddizione stia giungendo ad un punto che, se non è quello di una drammatica esplosione, pone comunque seriamente alla dirigenza dell'azienda la necessità di scegliere.

Passando ad una terza considerazione, desidero soffermarmi su un aspetto che può apparire di dettaglio (ho preannunciato che avrei posto il problema questa mattina in sede di Commissione e mi sembra giusto sottolinearlo): mi riferisco al fatto che ieri sera il telegiornale ha dedicato 8, 10 o 12 minuti (non li ho contati, ma è stato un tempo pressoché interminabile) ad un'esternazione (definirla intervista mi sembrerebbe un eccesso di generosità) del ministro dei lavori pubblici. A memoria d'uomo non si ricorda nella storia della RAI, neppure ai tempi di Bernabei, un ministro che abbia avuto a disposizione, nell'ora di massimo ascolto, il principale telegiornale per un numero così ampio di minuti.

Ricordo di essere stato tra coloro i quali a suo tempo hanno contestato la concezione tipica della cultura politica radicale in base alla quale si elencavano doviziosamente i minuti concessi a questo o a quello traendone la conclusione che erano in atto discriminazioni e parzialità insopportabili. Anche se può sembrare un dettaglio, ho citato l'episodio di ieri sera perché in questa vicenda convergono due elementi che credo richiedano una riflessione da parte della Commissione e più ancora da parte della dirigenza dell'azienda: il primo riguarda il fatto che la te-

levisione non può essere un pulpito, un megafono, tanto più se esso viene offerto al Governo, il quale ha infinite possibilità di comunicazione e, rispetto alle regole un po' strette della *par condicio* della campagna elettorale, gode di una condizione di favore che constatiamo tutti i giorni, la quale corrisponde anche al fatto che il Governo produce, per così dire, eventi e notizie, per cui richiama su di sé una doverosa attenzione. Si è sempre detto che la televisione deve perdere alcune delle sue caratteristiche istituzionali ed abbiamo ormai archiviato le lunghe file di ministri che tagliavano nastri tra folle plaudenti, ma ieri sera siamo riprecipitati in quel clima che — devo dirlo — non è affatto piacevole.

ANTONIO FALOMI. La questione si inseriva nel contesto della vicenda Pacini Battaglia, in cui viene chiamato in causa Di Pietro...

MARCO FOLLINI. Confermo la mia opinione: non è mai accaduto che un ministro della Repubblica abbia avuto...

EMIDDIO NOVI. C'è di più: questa mattina la rassegna stampa del TG3 ha censurato *Il Giornale* ...

PRESIDENTE. Senatore Novi, lasci concludere l'onorevole Follini.

MARCO FOLLINI. Credo che neppure Fanfani ai tempi di Bernabei abbia mai avuto a disposizione 10-12 minuti nel telegiornale delle 20. Insisto quindi nella mia considerazione e ne aggiungo un'altra: abbiamo tutti una preoccupazione, che a tratti diventa quasi un'ossessione, in ordine ai rischi di deriva plebiscitaria ed al fatto che la televisione funzioni da moltiplicatore di tendenze che rappresentano un pericolo per il tessuto delle libertà del nostro paese. Si tratta di un problema serissimo, che non riguarda maggioranze o minoranze: ricordo a me stesso che quando il Presidente della Repubblica Cossiga (la cui carica era certamente al di sopra di quella del ministro dei lavori pubblici) cominciò ad esternare, si scatenò una bufera intorno all'azienda, al cui in-

terno il consiglio di amministrazione affrontò per giorni e giorni il problema di come conciliare il dovere di informare in ordine ad aspetti che meritavano attenzione e rilievo con le logiche di un servizio pubblico che è tale in quanto pone limiti innanzitutto ai potenti.

Ho citato questo episodio perché lo considero, pur nei limiti di un dettaglio, un fatto su cui si concentra una serie di problematiche che accompagneranno piuttosto a lungo i lavori della nostra Commissione ed i suoi rapporti con questo consiglio di amministrazione.

PRESIDENTE. A questo punto, il presidente della RAI può rispondere alle prime domande che gli sono state rivolte.

RINALDO BOSCO. Siccome vi sono molti iscritti a parlare, se si dà la parola soltanto ai capigruppo...

PRESIDENTE. Questo non è affatto vero.

RINALDO BOSCO. Chiedo che si preveda un seguito dell'odierna audizione, in una data che potrà essere decisa al termine della seduta, in modo che tutti i colleghi possano porre le proprie domande.

PRESIDENTE. Pensavo di essere stato chiaro su questo aspetto, ma forse non lo sono stato: l'ufficio di presidenza convocato dopo la mia elezione — e non il presidente — ha stabilito che questa mattina alle 10 si tenesse l'audizione del consiglio di amministrazione della RAI. Si è altresì stabilito che oggi alle ore 14 si riunirà l'ufficio di presidenza allargato ai rappresentanti dei gruppi per decidere sul prosieguo dell'audizione, che sarà inevitabile, in quanto mi sembra ovvio che si debba assicurare a tutti i commissari il diritto di intervenire.

Il problema che si è posto in precedenza era legato alla necessità di dare spazio, nel primo giro di interventi, a tutti i gruppi.

Do ora la parola al presidente della RAI.

ENZO SICILIANO, *Presidente della RAI*. Devo dare qualche risposta al presidente, ma credo che, così facendo, risponderò in parte agli onorevoli Paissan e Servello. Per quanto riguarda le nomine, ritengo che la procedura che abbiamo seguito sia stata corretta e lo stesso onorevole Follini ne ha riconosciuto la necessità: un'azienda è un'azienda e non si poteva che andare avanti. Tuttavia, ho abbondantemente spiegato, e non con distrazione, ciò che abbiamo fatto nell'osservanza delle regole.

Quanto ai criteri di nomina, l'onorevole Servello ha toccato la questione nodale, ossia l'osservanza della deontologia professionale: ritengo che tutte le persone nominate abbiano un *curriculum* (per usare un termine proprio del linguaggio aziendale) ed una personalità tali da garantire in profondità la deontologia professionale e quindi un esercizio del loro lavoro secondo criteri indubbiamente in linea con quanto il Parlamento esige e con quanto la nostra stessa coscienza non può non richiedere a dei professionisti. Questa è la responsabilità dell'editore, che ha affidato alcune missioni ai propri *editor*. Ci siamo mossi secondo questa direttiva.

Si parla poi di mercato, di teatrino della politica che si rovescia nelle scelte e che si riflette al di fuori attraverso i teleschermi. Come mi sembra chiaro (lo dico anche al presidente, che mi pare abbia inteso, nelle sue parole, venire incontro ad un nostro bisogno oltre che ad una necessità), se avessimo tenuto presenti i criteri parcellizzanti delle proporzionali politiche, non saremmo mai venuti a capo di nulla; ma è chiaro che si tratta di un paradosso.

Ho affermato che, insieme al consiglio di amministrazione, mi sento garante di tutti perché abbiamo puntato sulla qualità deontologica delle persone. Lei stesso ha affermato che, quando una persona è professionalmente corretta, nel momento in cui obbedisce alla propria coscienza e alle proprie idee, garantisce un risultato di ordine culturale; questo è quanto deve fare la RAI, la quale non può agire diversamente.

FRANCESCO SERVELLO. Probabilmente anche coloro che sono stati rimossi rispondevano a questi requisiti.

ENZO SICILIANO, *Presidente della RAI*. Possono anche verificarsi necessità di correzione ed è la persona stessa che lavorando aggiusta il tiro. D'altra parte, un direttore di testata è responsabile e l'editore non può fare altro che attenersi a questo criterio, per la salvaguardia della libertà di espressione e di pensiero.

Quanto al fatto di regolarsi sui minutaggi, occorre tenere presente una considerazione concernente proprio la discrezionalità rispetto alla valenza ed al portato di una notizia, indubbiamente senza tenere conto di ciò che può accadere se un ministro appare in televisione per un certo numero di minuti. In quel caso, peraltro, si trattava di un ministro che appariva in una condizione molto particolare e probabilmente quella particolarità non riguardava il suo ruolo di ministro, in quanto mi sembra che egli rispondesse in ordine a fatti pregressi rispetto alla sua nomina, che stanno dietro la sua storia di uomo di Governo.

Il punto centrale per la RAI è quello di essere un'azienda culturale e sono perfettamente d'accordo con le sue preoccupazioni, onorevole Follini: l'essenza del servizio pubblico è qualcosa che, specialmente di fronte alle innovazioni tecnologiche, deve sentirsi in via di definizione continua, come un progetto. La motivazione del pubblico, di cui parlava l'onorevole Paissan, va inserita in quest'ordine di idee.

Si tratta di un problema che non può risolversi in quattro battute, nel senso che esiste una storia della RAI che si è mossa in una certa direzione ed ha avuto i suoi successi in particolari momenti della storia del paese, peraltro necessari per rendere la RAI la grande azienda che è e per dare al proprio pubblico, ossia all'intero paese, quel senso di lealtà, di fiducia che quest'azienda, nonostante tutto quanto si possa dire contro di essa, ha dato e continua a dare, come elemento di riconoscibilità.

Se vi è una missione di ordine culturale per quest'azienda, essa risiede nel fatto che d'ora in poi la RAI deve presentarsi in ogni momento come la testimonianza di ciò che il paese è stato, di ciò che è e di ciò che potrà essere. Si tratta di un compito difficile, arduo, che dovrà essere esaminato passo dopo passo da noi che lo poniamo in essere e da voi che lo osservate. Questo mi sembra essenziale per la vita dell'azienda, la quale ha di fronte a sé — l'ho detto e lo ripeto — un momento di inevitabile trasformazione, con tutto ciò che ne deriverà. Questo è il « di più » della RAI ed è evidente che si pone un problema relativamente al « tutto », come ha affermato l'onorevole Follini. Ma il « di più » riguarda qualcosa che è di fronte a noi come un progetto da realizzare ed a questa responsabilità abbiamo chiamato le persone alle quali abbiamo conferito incarichi di direzione di rete o di testata; l'abbiamo fatto con questa consapevolezza ed essi hanno accettato l'incarico con la stessa consapevolezza e su questo stanno lavorando.

Quanto alla radiofonia, vorrei essere molto preciso in ordine a tale questione che ha agitato l'opinione pubblica. Si è parlato, anche con una certa imprecisione e leggerezza — lasciatemelo dire — nonché con una foga polemica probabilmente non disinteressata, di scorporo, di azienda autonoma. Devo dire che non vi è nulla di più lontano dallo stato delle cose: la delibera adottata in proposito dal consiglio di amministrazione il 17 settembre scorso è un semplice ma significativo riordino — l'ho detto e lo ripeto — del comparto radiofonico, ossia una sua razionalizzazione. Di fronte ad un mercato in netta espansione, Radio RAI subisce anno dopo anno il dinamismo dell'emittenza privata, che sarebbe miope imputare soltanto al caos delle frequenze e all'obsolescenza della propria rete di diffusione.

Desidero sottolineare un dato già esposto nella mia relazione: la quota di ascolto di Radio RAI è calata in tre anni dal 27,3 per cento del totale a poco più del 20 per cento; aggiungo che nello stesso periodo la quota delle radio private è cresciuta del

6,5 per cento, attestandosi intorno al 54,7 per cento. D'altra parte, l'incremento degli investimenti pubblicitari conferma che la radio è sempre più un settore commerciale privilegiato nel circuito dei *mass media*. Per questo abbiamo cominciato a mettere un po' d'ordine: il coordinamento della radiofonia torna ad assumere le responsabilità delle risorse e degli strumenti che l'azienda mette a disposizione del servizio radiofonico, risorse e strumenti che finora erano in comune con la televisione, vi lascio immaginare con quanto profitto per la cosiddetta sorella povera. Questa è la motivazione di fondo che ci ha ispirato e per tale ragione ho parlato di razionalizzazione.

Tale correzione, che dovrebbe apparire naturale e ovvia all'occhio di chiunque sia dotato di buon senso, ha dato adito ad un allarme riferito ad un presunto scorporo, che in realtà tale non è. Insieme con le nomine dei nuovi direttori e vicedirettori, questo è un passo importante verso la concreta valorizzazione e l'aggiornamento operativo dell'intero servizio radiofonico, essenziale anche in vista dell'urgente allineamento agli *standard* tecnologici già raggiunti dalle radio pubbliche europee e perfino dai più agguerriti *network* privati italiani.

Quel che accade fuori dal nostro paese nel settore della radiofonia è importantissimo: se non avessimo proceduto ad una razionalizzazione dello stesso settore, di fronte a quanto si verifica all'estero, e se la radio italiana avesse continuato ad andare alla deriva nella direzione in cui si muoveva, tutto questo ci sarebbe stato imputato come una mancanza.

Vi prego di riflettere su questa necessità cui ci siamo trovati di fronte e sul fatto che il nostro non è stato un colpo di testa o un colpo di mano, come qualcuno ha affermato: sarebbe stato un colpo di mano verso che cosa?

**PRESIDENTE.** Si è lamentata l'assenza di un confronto preventivo con la Commissione su una decisione di carattere strategico. Questo è il dato principale emerso, al di là delle polemiche. Non pre-

tendo di interpretare l'opinione della totalità dei colleghi, ma coloro che hanno usato quella espressione hanno lamentato – lo ripeto – l'assenza di un confronto preventivo con la Commissione su una decisione di carattere strategico che rientra tra gli indirizzi approvati dal Parlamento nel luglio del 1993.

ENZO SICILIANO, *Presidente della RAI*. Ci trovavamo comunque nella condizione di dover procedere (su questo aspetto sono d'accordo con l'onorevole Follini): le necessità di un'azienda sono quelle che potete immaginare, e questo vale soprattutto per un'azienda editoriale che produce cultura e informazione. Era nelle scadenze della vita aziendale il fatto di portare a compimento un progetto di questo tipo e spero che questo stesso progetto, avviato verso una soluzione in vista di un rafforzamento di Radio RAI, possa giustificare quanto abbiamo fatto.

Lascerei ora spazio al direttore generale, che è stato chiamato in causa su varie questioni, tra cui le condizioni economico-finanziarie dell'azienda. Su alcuni aspetti anche il dottor Mengozzi potrà dare risposte soddisfacenti, in particolare all'onorevole Paissan.

FRANCO ISEPPI, *Direttore generale della RAI*. Risponderò soltanto in ordine alle questioni per le quali sono stato chiamato in causa, anche se sarei portato ad intervenire nella discussione.

Per quanto riguarda le nomine, tema in cui sono stato coinvolto direttamente (il direttore generale propone le nomine che sono poi approvate dal consiglio di amministrazione), ricordo che in quel periodo mi sono giunte moltissime segnalazioni: in alcuni casi si è trattato di autocandidature, molte delle quali le abbiamo apprese dai giornali; vi è stata una grande campagna per cui ci trovavamo ad avere molti direttori ai quali non pensavamo affatto. Si è trattato – come dicevo – di una grande campagna di autocandidature.

Inoltre, una serie di persone ha ritenuto di darci dei consigli, come per esem-

pio Costanzo; ma di questo si è parlato molto sui giornali.

FRANCESCO SERVELLO. Consigli per gli acquisti !

FRANCO ISEPPI, *Direttore generale della RAI*. Ci hanno telefonato anche responsabili di associazioni, chiedendoci di regolarci in un modo o nell'altro, e certamente anche esperti di comunicazione; abbiamo infatti constatato che, in ordine alla questione delle nomine, gran parte degli intellettuali sono intervenuti per darci una serie di consigli. Naturalmente, ci hanno telefonato anche politici, ma occorre tenere conto che c'eravamo anche noi: mi riferisco al fatto che quest'azienda ha nominato un direttore generale interno, il quale, pur avendo molti difetti, ha, almeno in teoria, una conoscenza delle risorse e delle professionalità dell'azienda che pochi altri possono vantare. Almeno teoricamente, il fatto che vi fosse un direttore generale con una grande conoscenza delle risorse di tipo professionale e intellettuale era un elemento di cui tenere conto. Basti pensare che delle quattro persone chiamate alle nomine editoriali, soltanto una non aveva mai avuto esperienze con la RAI, mentre le altre tre avevano già lavorato nell'azienda. Ciò significa che sostanzialmente le nomine hanno interessato un ambito di persone che avevano già vissuto grandi esperienze professionali con il mezzo televisivo.

Si tratta di un dato non secondario, nel senso che questa proposta è stata avanzata tenendo conto di quello che poteva essere un buon *mix* di legittimazione (è il discorso che faceva prima l'onorevole Follini): l'idea era sostanzialmente quella di scegliere persone che avessero acquisito una notevole professionalità, oltre ad aver dimostrato un grande equilibrio nelle posizioni politiche complessive; quelle stesse persone dovevano avere alcuni attributi tali da garantire meglio, rispetto ad altri possibili candidati, alcuni tipi di risultato. Per esempio, nel caso dei direttori di rete, si è pensato a figure che rispetto al passato non avessero soltanto capacità pro-

duttive, ma anche grandi capacità di *marketing* strategico e culturale: si sono scelte quindi persone che si orientavano già verso un ruolo editoriale molto diverso rispetto alle caratteristiche professionali dei precedenti direttori delle reti.

Mettendo insieme questi elementi, è scaturito un tipo di proposta che in realtà rappresentava una buona scommessa per raggiungere una legittimazione che fosse contemporaneamente di mercato (le persone scelte lo stanno già dimostrando nel poco tempo trascorso dopo la loro nomina) e di servizio pubblico: mi riferisco alla garanzia delle diverse posizioni, del pluralismo e così via.

Questo è stato il criterio seguito, che però a questo punto va ripreso perché si mette in discussione il discorso di fondo, che è la legittimità di tutto questo: occorre cioè verificare se sia vero che oggi occorre procedere in una direzione per cui il servizio pubblico deve continuare a cercare una legittimazione di mercato. Si tratta di un problema molto serio che dovremo affrontare.

Vorrei comunque farvi comprendere che dietro queste scelte vi sono stati vari elementi: non si è trattato solo di aneddotica, in quanto vi è stata anche un'idea complessiva di come si possano garantire determinati obiettivi.

Il fatto poi che queste persone, almeno nel merito, non siano state messe in discussione quasi da nessuno rappresenta anche un giudizio indiretto sull'intera operazione.

Affrontando ora il discorso dell'informazione, ricordo che l'onorevole Paissan faceva riferimento a tre ragionamenti concernenti rispettivamente la qualità, il pluralismo e la possibilità di osservare che cosa avveniva, nonché il criterio delle nomine. Sulla qualità credo che si ponga un problema di base che attiene alla professionalità e ritengo che il discorso possa cominciare e finire a questo punto.

Devo inoltre rilevare che l'attività dell'osservatorio di Pavia non si è mai interrotta; i dati vengono inviati mensilmente al presidente della Commissione ed oggi stesso la RAI riprenderà l'invio dei dati re-

lativi ai mesi di giugno, luglio e agosto, che era stato interrotto unicamente perché non si sapeva a chi inviarli. L'osservatorio di Pavia continua invece nella sua attività adottando il sistema che conosciamo già e la RAI intende proseguire in questo tipo di attività, per cui mensilmente vi invieremo, come di consueto, le informazioni.

Quello relativo all'informazione politica è un tema molto importante, che forse si potrebbe affrontare anche quando non si tengono elezioni: in realtà durante la campagna elettorale si è dimostrato che la Commissione aveva tutte le ragioni per rafforzare l'offerta informativa rispetto ad un'ipotesi minimale su cui si era discusso. Si è però constatato che il ruolo dei conduttori delle rubriche è fondamentale, per cui varrebbe la pena di analizzare una proposta, che avanzo quasi per caso, secondo cui, in occasione delle competizioni politiche, i conduttori dichiarino prima dell'inizio della discussione a quale parte politica appartengono. Questo avviene in molti paesi del mondo ed è sostanzialmente un modo per affrontare un tipo di discussione...

PRESIDENTE. In molti casi si sa già.

FRANCO ISEPPI, *Direttore generale della RAI*. In molti casi si sa già, in altri lo si dice dopo; però, se lo si dichiarasse prima si potrebbe affrontare una discussione che, sia pure inserita in binari di correttezza e professionalità, presupporrebbe una legittima dichiarazione di appartenenza che forse potrebbe chiarire le idee.

Per quanto riguarda la omologazione tra pubblico e privato, credo che questo sia un altro dei discorsi di base. Se qualcuno volesse andare a verificare la differenza tra pubblico e privato dal punto di vista della struttura, la individuerrebbe con facilità. Si possono elencare le solite cose: la produzione, il rapporto con la Commissione, il contratto di servizio, le quote, eccetera. Se qualcuno dovesse distinguere il pubblico dal privato in base a motivazioni di tipo strutturale, ne troverebbe almeno 10-12.

La verità è che la gente vive i due grandi soggetti come simili. Ciò vuol dire che sostanzialmente non siamo in grado di trasferire un concetto di diversità in un concetto di immagine, che è molto forte e per il quale sostanzialmente RAI e Mediaset vengono vissute allo stesso modo. È un grandissimo problema, che dobbiamo affrontare non solo in termini strutturali, ma proprio in termini di comunicazione.

Quali sono le motivazioni che possono difendere oggi l'esistenza del servizio pubblico come tale? Innanzitutto, molti dei discorsi che caratterizzavano in passato il servizio pubblico non stanno più in piedi, nel senso che tutti, in qualche modo, si muovono con un'area di rappresentanza; non è detto che i soggetti commerciali non si caratterizzino per il pluralismo. Tutta una serie di motivazioni storiche forse sono superate. Penso che sostanzialmente le motivazioni oggi valide siano le seguenti. In primo luogo, il servizio pubblico deve continuare a mantenere al proprio interno un pluralismo, che è tipico della motivazione del servizio pubblico: è un dato di fatto che bisogna assolutamente garantire. In secondo luogo, il servizio pubblico è tale se riesce a fare un investimento là dove nessuno lo fa: è il grande tema della rete federata. Oggi come oggi, da un punto di vista economico e di mercato, non ha nessun senso fare la rete federata. Invece, da un punto di vista politico, di investimento culturale, di nuove forme di produzione, di nuove professionalità, questo è un grosso tema che motiva il servizio pubblico.

Un altro elemento che motiva il servizio pubblico è il suo modo trainante della produzione italiana, cioè il fatto di assegnare al servizio pubblico un compito specifico rispetto al prodotto audiovisivo italiano: ciò significa che i soldi devono essere erogati ma con finalità molto precise.

Credo che oggi almeno due o tre motivazioni stiano alla base del perché ha senso difendere un servizio pubblico, per trovare una diversa omologazione tra pubblico e privato.

Mi sembra che vi sia totale identità di vedute con il senatore Follini circa il chiarimento del rapporto tra servizio pubblico e legittimazione di mercato.

Sui provvedimenti interni mi pareva ci fossero alcuni problemi legati alle persone. Su questo non vorrei intervenire, a meno che non chiediate approfondimenti molto particolari. Non mi pare il caso di fare discorsi sulle singole professionalità, ma se lo chiedete non ho problemi a rispondere.

Per quanto riguarda invece quelle polemiche che ogni giorno si trovano sui giornali (apprendiamo spesso le notizie che ci riguardano dai giornali e quindi non ci meravigliamo di questo), ci sono due modi per affrontare il problema. Uno è quello di avere delle regole, che in realtà ci sono, perché il precedente consiglio di amministrazione aveva emanato una circolare sul comportamento dei singoli dirigenti. Potrebbe essere ripristinata, come potrebbe non esserlo, ma non è certo attraverso un modulo di tipo coercitivo che si può controllare questo fenomeno. Credo che si debba lavorare nella linea della formazione di una cultura del lavoro, di una cultura di impresa, di una cultura del servizio, per cui alla fine le cose diventano automatiche: non si può pensare di imbrigliare le personalità, perché mi pare che questa sia una strada sbagliata. Forse si possono introdurre alcuni correttivi.

In questi giorni si è detto spesso che una delle mie proposte era quella secondo cui i direttori non dovrebbero andare in video. Sostengo questa proposta perché penso che i direttori dei telegiornali debbano fare prevalentemente gli editori; poi, hanno tutto il diritto di fare gli editoriali, ma secondo me è sbagliato che abbiano delle rubriche. Questo è già un modo per evitare sia una personalizzazione sia una forma di privilegio all'interno delle rubriche stesse e per rafforzare l'idea di un ruolo editoriale. Mi riferisco ai direttori di testata non ai direttori di rete, che sono un'altra cosa, e mi riferisco ai giornalisti e non ai praticanti o ai pubblicitari.