

CAMERA DEI DEPUTATI

X LEGISLATURA

COMMISSIONE PARLAMENTARE DI INCHIESTA SULLA CONDIZIONE GIOVANILE

30.

SEDUTA DI MARTEDÌ 28 NOVEMBRE 1989

PRESIDENZA DEL PRESIDENTE NICOLA SAVINO

INDICE

	PAG.
Audizione dei rappresentanti di: Associazione nazionale teleradio indipendenti (ANTI), Federazione Radiotelevisioni (FRT), Reti nazionali associate (RNA), Consorzio radiotelevisioni libere locali (CORALLO), Associazione editori radiofonici (AER):	
Savino Nicola, <i>Presidente</i>	3, 5, 6, 9, 11, 12, 18, 19, 20, 21
Caveri Luciano	15, 19
de Giacomi Carlo, <i>Rappresentante del CORALLO</i>	13, 15, 18
Di Prisco Elisabetta	17
Martinelli Michele, <i>Rappresentante della FRT</i>	7, 9, 11, 15, 18, 19, 20
Rebecchini Filippo, <i>Presidente della FRT</i>	4, 6, 11, 18
Sarli Alfredo, <i>Rappresentante delle Reti nazionali associate</i>	8, 9, 11, 12, 20, 21
Tateo Gianfranco, <i>Rappresentante della AER</i>	12, 19

PAGINA BIANCA

La seduta comincia alle 18,45.

(La Commissione approva il processo verbale della seduta precedente).

Audizione dei rappresentanti di: Associazione nazionale teleradio indipendenti (ANTI), Federazione radio televisioni (FRT), Reti nazionali associate (RNA), Consorzio radiotelevisioni libere locali (CORALLO), Associazione editori radiofonici (AER).

PRESIDENTE. L'ordine del giorno reca l'audizione dei rappresentanti dell'Associazione nazionale teleradio indipendenti (ANTI), della Federazione radio televisioni (FRT), delle Reti nazionali associate (RNA), del Consorzio radiotelevisioni libere locali (CORALLO) e dell'Associazione editori radiofonici (AER).

Do il benvenuto ai rappresentanti delle radio e televisioni che operano in regime di non concessione. Sono presenti Alfredo Sarli della RNA, Filippo Rebecchini, presidente della FRT, Michele Martinelli, presidente dell'associazione radio aderente alla FRT, Andrea Ambrogetti della FRT, Gianfranco Tateo e Carlo De Giacomi dell'Associazione editori radiofonici. Non sono invece presenti i rappresentanti dell'ANTI.

Comunico, ai sensi della deliberazione di questa Commissione del 7 novembre 1989 sulle forme di consulenza tecnico-scientifica all'inchiesta, di aver designato a far parte del Comitato tecnico-scientifico, acquisito il parere dell'Ufficio di presidenza: il professor Achille Ardigò, docente di sociologia, il professor Luciano Benadusi, docente di pedagogia, il dottor Carlo Maria Caprisco, magistrato, il professor

Alessandro Cavalli, collaboratore dell'istituto IARD, il professor Domenico De Masi, docente di sociologia alla Sapienza, il professor Luciano Ferrari Bravo, docente di sociologia, il professor Corradini, docente di pedagogia, il professor Antonio Landolfi, docente di storia, il professor Giancarlo Milanese, collaboratore dell'istituto LABOS, il dottor Alfredo Carlo Moro, magistrato, la professoressa Chiara Saraceno, docente di sociologia, il professor Sergio Zoppi, presidente dell'istituto FORMEZ.

Mi riservo di integrare la suddetta composizione del Comitato tecnico-scientifico con la designazione di ulteriori componenti, in numero non superiore a tre.

Comunico, altresì, ai sensi della deliberazione adottata dalla Commissione nella seduta del 7 novembre 1989 sull'organizzazione dei propri lavori, acquisito il parere dell'ufficio di presidenza, che sul tema « La condizione giovanile del servizio di leva » svolgerò le funzioni di relatore io stesso; che ho invece designato il deputato Amalfitano a fungere da relatore sul tema « I giovani e la religione »; il deputato Bevilacqua su « I giovani e la parità tra la condizione maschile e la condizione femminile »; il deputato Caveri su « I giovani e l'informazione »; il deputato Di Prisco su « I giovani e la cultura »; il deputato Riggio su « I giovani e la giustizia »; il deputato Pisicchio su « Le dimensioni, le cause e le caratteristiche della discussione giovanile; il cosiddetto lavoro nero e la tutela della sicurezza nonché dei diritti dei giovani lavoratori; gli interventi delle amministrazioni pubbliche statali, regionali e locali per la promozione dell'occupazione giovanile; il bilancio delle esperienze avviate con la legge 1° giugno 1977, n. 285 »;

il deputato Gelpi su « Le condizioni di lavoro degli apprendisti e dei giovani sotto contratto di " formazione lavoro "; la cooperazione giovanile; la partecipazione sindacale dei giovani lavoratori; le distorsioni e i condizionamenti in violazione del principio della pari opportunità dei giovani nei confronti dell'accesso al lavoro ».

Comunico, infine, di aver designato a fornire consulenza al deputato Caveri, sulla materia per la quale è relatore, il dottor Paolo Murialdi, giornalista, anche in questo caso dopo aver acquisito il parere dell'ufficio di presidenza.

Se non vi sono obiezioni, rimane stabilito che la pubblicità dei lavori sia assicurata anche mediante ripresa audiovisiva a circuito chiuso.

(Così rimane stabilito).

Per quanto riguarda l'audizione di questa sera, credo di dover brevemente informare gli illustri e gentili ospiti dell'attività che questa Commissione si prefigge di svolgere. Come hanno sentito, abbiamo individuato intanto un certo numero di relatori per vari argomenti, anche se quelli affidatici dal Parlamento sono molto più numerosi e li affronteremo gradualmente. Il tema che ha maggiormente attratto il nostro interesse e il nostro impegno è appunto quello che vede coinvolti i nostri ospiti, cioè l'informazione, per il quale abbiamo già nominato relatore l'onorevole Caveri, che credo vorrà particolarmente intrattenersi in approfondimenti durante l'audizione.

Sull'argomento abbiamo già ascoltato i rappresentanti della RAI nella figura del presidente e di alcuni dirigenti. I problemi che emergono dal tema « I giovani e l'informazione » sono di due tipi. Il primo è relativo alla possibilità da parte della Commissione di indagare sui fenomeni, sui problemi, sulla complessità del mondo giovanile attraverso lo strumento dell'informazione, attraverso i *mass media*. In altri termini, il primo versante del problema è rappresentato dai modi in cui questa Commissione può essere aiutata dal sistema dell'informazione per raggiungere i giovani, non solo quelli organizzati, ma anche

e soprattutto quelli meno organizzati, cioè coloro i quali non hanno saputo stabilire un rapporto dialettico e proficuo con le istituzioni del nostro paese ai vari livelli. Siamo infatti consapevoli che i giovani che non sono organizzati e non fanno arrivare alle istituzioni la loro voce, i loro bisogni, i loro problemi rappresentano indubbiamente una quota molto consistente.

Siamo giunti in questo modo al secondo versante della mia breve introduzione, vale a dire ai modi in cui i giovani, attraverso l'informazione, possono far sentire la loro voce. Vogliamo individuare, insomma, cosa può fare il sistema dell'informazione nell'uno e nell'altro senso, sia per aiutarci a scavare, a comprendere la condizione giovanile, sia perché la condizione giovanile abbia la possibilità di esprimersi in tutte le sue ricchezze e sfaccettature, con la varietà delle sue risorse e delle sue capacità.

Non è facile ai giovani di talento, per esempio, venire alla ribalta. Occorre individuare le più opportune iniziative atte a facilitare l'emersione dei talenti.

Uno degli aspetti minori della questione attiene al secondo versante, cioè alla possibilità per i giovani di comunicare con le istituzioni e la società.

Questo è il tema in cui ci stiamo impegnando e che riguarda un argomento in cui i rappresentanti delle radio e televisioni « libere » sono esperti. Il motivo della loro convocazione è sintetizzabile in questa premessa: dobbiamo individuare le iniziative più opportune che i nostri interlocutori possono proporre e organizzare perché entrambi gli aspetti dell'informazione rispetto ai giovani possano essere inquadrati in soluzioni possibili.

Questo è il quesito di avvio sul quale credo sia possibile un intervento da parte dei nostri ospiti, secondo l'ordine che vorranno stabilire e i tempi che vorranno assegnarsi.

In un secondo momento, saranno loro rivolte domande da parte dei colleghi deputati qui convenuti, che ringrazio sia per la loro presenza, sia per la loro partecipazione.

FILIPPO REBECCHINI, *Presidente della FRT*. La federazione che presiedo com-

prende tre associazioni, quella delle emittenti televisive nazionali, quella delle emittenti televisive locali e quelle delle radio, il cui presidente è Michele Martinelli.

La nostra federazione, sotto il profilo dell'ascolto televisivo rappresenta, visto che in essa è ricompreso anche il gruppo Fininvest, circa il 90 per cento dell'ascolto e forse qualcosa di più come ricavi. Da un punto di vista radiofonico, le nostre emittenti sono circa 200, con un ascolto che supera, secondo gli ultimi dati dell'audiradio, il 60 per cento.

Il presidente ha parlato di radio e televisioni che operano in regime di non concessione: nei primi tempi tali emittenti erano considerate alla stregua di « pirati » dell'etere. Sapete perfettamente che esse non hanno la concessione del bene statale rappresentato dall'etere, però di fatto da tredici anni e mezzo svolgono la loro attività.

Abbiamo preparato e consegnato alla segreteria della Commissione un documento, in cui indichiamo la particolare importanza della radio e della televisione nel mondo giovanile.

Tale documento fornisce anche cifre elaborate sulla base delle indagini di ascolto per la radio e per la televisione (rispettivamente audiradio e auditel). Uno dei mezzi certamente più vicini ai giovani è indubbiamente la radio, mentre la televisione lo è un po' meno. La radio è vicina particolarmente ai giovani, perché è fatta per lo più da giovani. Nel nostro documento indichiamo numeri derivati appunto da questa indagine, dai quali risulta che su nove milioni di italiani fra i 15 e i 24 anni, ben 6 milioni e mezzo vedono la televisione e circa 8 seguono la radio. Che questo mezzo sia molto vicino e abbia la possibilità di incidere nella vita giovanile, credo sia un dato non controvertibile e i numeri ricavati dall'indagine di ascolto lo ribadiscono. Le emittenti rappresentano un mezzo per poter avvicinare una grandissima parte del mondo giovanile, che è appunto quella che segue la radio e la televisione. Mi riferisco in particolare alla radio perché questa, come ho già detto, per lo più si serve dell'opera dei giovani e dei

giovanissimi. Sempre nel documento, nell'ultima parte, potrete vedere che gli operatori del settore sono valutati in circa 30 mila comprendendo le attività indotte, cioè non solo chi lavora nelle mittenti, ma anche chi fa programmi, pubblicità, *gingle*, eccetera. Peraltro, da una indagine effettuata sulle nostre emittenti, risulta che l'età di chi opera in televisione è intorno ai 27-28 anni, mentre gli operatori radiofonici hanno un'età media molto più bassa, poiché la fascia che occupa più dipendenti è quella fra i 20 e i 27 anni.

Credo che sia difficilmente immaginabile un mezzo più adatto della radio per raggiungere il mondo giovanile. I giovani seguono in particolare le radio private, più che il servizio pubblico, con un rapporto del 70 e del 30 per cento, mentre in generale lo stesso rapporto è del 55 per cento per le radio private e del 45 per cento per il servizio pubblico. Vi sono trasmissioni, citate nel nostro documento (ad esempio *Videomusic*), particolarmente seguite dai giovani.

Mi pare di ricordare, dai lavori della commissione per la pubblicità istituita presso la Presidenza del Consiglio, che in alcune indicazioni e pubblicità del Ministero della difesa ci si serviva appunto di *Videomusic*, perché si trattava di messaggi che dovevano essere ricevuti da giovani dell'età di leva.

Il mezzo è indubbiamente adatto allo scopo di far arrivare le istituzioni presso i giovani, ma occorre sapere come queste si vogliono porre rispetto ai giovani. In altri termini, occorre sapere se le istituzioni vogliono scendere paternalisticamente verso i giovani o servirsi di alcuni di essi per contattare anche gli altri. Questo mi pare il punto più importante, che riguarda, mi sembra di capire, questa Commissione.

PRESIDENTE. Se mi consente, debbo effettuare una precisazione che può essere utile per il prosieguo dei nostri lavori. Noi dobbiamo condurre un'inchiesta sulla condizione giovanile, per poi fornire suggerimenti, indicazioni all'esecutivo, al Parlamento e alle istituzioni sul modo di impostare le politiche giovanili. Abbiamo agli atti una delibera della Camera, che ci ha

assegnato il tema di indagine, in ordine al quale abbiamo interesse ad usare tutti gli strumenti. Non vi è dubbio che l'informazione sia un forte strumento di indagine, di penetrazione, di conoscenza per far sì che i giovani possano eventualmente esprimere la loro opinione. Vi è poi il rovescio della medaglia, nel senso che i giovani debbano potersi esprimere perché si possa capirli meglio. Vi è un doppio versante della questione.

FILIPPO REBECCHINI, *Presidente della FRT*. Capisco. Trovandoci sul piano dell'indagine, certamente questa è la prima cosa da fare (il mezzo non solleva problemi da tale punto di vista).

Comunque, dai dati di cui disponiamo, un cittadino italiano fra i quindici e i ventiquattro anni passa circa due ore e mezza al giorno in ascolto televisivo; qualcosa di più per quanto riguarda la radio.

PRESIDENTE. Mi scusi, si sta riferendo ad un cittadino fra i quindici ed i ventotto anni ?

FILIPPO REBECCHINI, *Presidente della FRT*. Mi correggo, il dato va riferito ai cittadini sotto i trentacinque anni. Del resto, esso è indicato nella nostra relazione.

A cosa può essere utile questo mezzo ? Innanzitutto, bisogna cercare di comprendere il quadro generale, verificando quali siano stati i mezzi che maggiormente si sono imposti a livello giovanile. In tale contesto, se all'informazione si intende dare un'accezione ampia, dal punto di vista culturale, allora la situazione è chiara; viceversa, se con quel termine si volesse invece indicare l'invio di messaggi particolari, probabilmente si incontrerebbe qualche difficoltà (ma non mi pare il caso di affrontare questo tipo di argomenti).

In che modo i mezzi di cui stiamo discutendo possono aiutare i giovani a farsi strada, non necessariamente giungendo alla ribalta principale ? Purtroppo sotto il profilo delle dimensioni e del prestigio la ribalta della radio privata non è particolarmente importante; si tratta,

piuttosto, di un gran numero di emittenti, che non arrivano automaticamente ad una massa significativa di pubblico. Per esempio, un'impressione sbagliata può provenire dall'ascolto di quelle trasmissioni radiotelevisive « a telefono aperto »; in quei casi spesso si sente dire che le centraline sono intasate perché arriva un numero enorme di telefonate: in realtà, si tratta di poche telefonate sempre da parte degli stessi ascoltatori. Quindi, non è esatto che il pubblico abbia una grande conoscenza degli operatori radiotelevisivi o dei presentatori. Nell'ambito dell'emittenza privata locale ogni tanto nasce un personaggio illustre, ma non è facile.

Le emittenti radiofoniche sono moltissime; si parla di quattromila, ma ciò non è vero, perché non potrebbero farsi ascoltare. Tuttavia, mi sembra che audiradio abbia rilevato un numero non molto inferiore alle mille emittenti, che costituisce sempre una quantità enorme con un frazionamento elevato dell'ascolto. In sostanza, per le emittenti locali non è facile imporsi, soprattutto se ci si trova in una situazione decentrata.

PRESIDENTE. Da parte mia, ho fatto solo un esempio per comprendere come si pongano le emittenti radiofoniche rispetto all'universo giovanile e in che modo questo mondo viene approfondito ed aiutato ad esprimersi. In tal senso, non si tratta soltanto di fare emergere il talento: fra noi parlamentari e i giovani vi è l'informazione e, dunque, il mezzo radiofonico ci può aiutare a comprenderli; viceversa, tra i giovani e noi (le istituzioni, la società) vi è pur sempre l'informazione, che non si configura come uno strumento privo di intelligenza e di creatività, fatto soltanto di oggetti, ma come una struttura complessa di energie, pensiero e creatività. A suo parere, come si pone l'informazione da voi rappresentata rispetto all'universo giovanile ?

FILIPPO REBECCHINI, *Presidente della FRT*. Dal momento che — come ho detto in precedenza — è la radio che incide più profondamente in questo mondo, cederò

velocemente la parola a Michele Martinelli, che è il presidente dell'associazione delle radio facenti parte della FRT. Comunque, bisogna ricordare che anche la televisione ha ovviamente un impatto in questo senso, anche se la situazione delle emittenti locali non è facile dal punto di vista dei costi di produzione di tutti i programmi, compresi quelli autoprodotti. Esistono poche emittenti televisive locali in grado di affrontare tale problema, mentre il numero è molto più elevato per quanto riguarda le stazioni radiofoniche.

MICHELE MARTINELLI, *rappresentante della FRT*. Si può affermare che la radio raggiunge precisamente tutti i giovani. Al di là delle cifre esposte, che hanno una loro evidenza difficilmente controvertibile, bisogna segnalare che la radio arriva ai giovani esattamente laddove essi si trovano; nel momento in cui essi seguono la radio, non hanno bisogno di una particolare disposizione d'animo come quella che caratterizza chi ascolta la televisione. Tutti hanno la radio e tutti la seguono, sul comodino come radiosveglia, in bagno, in auto e sul posto di lavoro; essa raggiunge quel tipo di giovani del quale i commissari hanno intenzione di occuparsi, cioè quelli organizzati, che non fanno parte di associazioni o di iniziative aggreganti e che non hanno modo di ricevere diversamente gli *input* delle istituzioni. In sostanza, quindi, la radio consente di raggiungere i giovani dove sono, senza alcuna distinzione politica, culturale e religiosa. Ciò va sottolineato, perché consente di risolvere uno dei problemi che i parlamentari si sono posti.

Al contrario, come può la radio far recepire messaggi provenienti dagli ascoltatori, trasportandoli alle istituzioni? Ciò è possibile, perché essa sviluppa un contatto continuo e diretto, molto più vicino alla gente di quanto non accada nel caso della televisione. È molto difficile trovare radio che lavorano soltanto come contenitori di programmi prodotti altrove: nella maggioranza dei casi le radio sono produttori ed hanno un contatto diretto con il pubblico; è quest'ultimo a segnalare il proprio gradimento semplicemente con le

duecento lire della telefonata ed a indirizzare e costruire il palinsesto dell'emittente. Non esistono le difficoltà che si riscontrano nel mezzo televisivo, costituite da un mercato dei programmi ben definito, al quale si può accedere con grandi difficoltà. Il mercato del palinsesto radiofonico è quello del negozio sotto casa: la rete dei rivenditori di dischi è il tessuto sul quale si costruisce tutto il resto. Non esiste il problema di disporre del film più bello rispetto alla concorrenza, perché la produzione discografica e musicale è a disposizione di tutti. In ambito locale ciò consente di avere una penetrazione maggiore rispetto al circuito televisivo, perché non si pagano pesanti pedaggi al mercato dei programmi. Ecco come può verificarsi un *feed back* nella direzione opposta: essendo la radio un mezzo vicino ai giovani, consente loro di interagire direttamente tramite un contatto relativamente facile: è molto più semplice parlare con un giovane redattore di un notiziario locale che, per esempio, con un giornalista della *Repubblica*. Questo interscambio è dunque più vicino e diretto e costituisce il segnale di « un'onda di ritorno », che parte dalle istituzioni ed arriva ai giovani e poi torna nuovamente alle istituzioni.

I ragazzi che ascoltano la radio sono interessati più degli altri ad affrontare determinati argomenti, ad aprire un dibattito, ad introdurre nuovi temi in discussione, i quali, raccolti in prima istanza dalle emittenti private, trovano spazio, in seconda istanza, nella stampa locale e successivamente una più diffusa esaltazione in quella nazionale. È in questo modo che il meccanismo del doppio *feed back* – il quale, ripeto, partendo dalle istituzioni arriva ai giovani – trasforma argomenti, modesti all'origine, in qualcosa di molto più interessante, perché la forza delle idee si propaga, dà potere ed impulso alla pressione esercitata dai giovani.

Ci auguriamo che le istituzioni abbiano la necessaria sensibilità per raccogliere e recepire i loro messaggi, anche in sede legislativa; inoltre è importante assicurare a tutte le imprese operanti nel settore certezze giuridiche e la possibilità di pro-

grammare nel tempo i propri investimenti. Ciò consentirà all'intero meccanismo di migliorare il proprio funzionamento; per quanto ci riguarda siamo disponibili a fornire le indicazioni che la Commissione ritiene utile acquisire.

I giovani condividono tale disponibilità, purché non si chiudano i canali di comunicazione radiofonica, semplicemente perché qualcuno non vuole regolamentare il settore, provocando così il totale silenzio delle emittenti radiofoniche.

ALFREDO SARLI, *Rappresentante delle Reti nazionali associate*. Signor presidente, onorevoli deputati, esercito la professione di avvocato civilista in Milano ed intervengo in quest'audizione in quanto rappresentante delle Reti nazionali associate. La nostra associazione riunisce tutte le reti – termine improprio, di cui tra breve chiarirò l'esatto significato – emittenti nazionali, intendendosi per emittenti radiofoniche italiane quelle che trasmettono il proprio segnale in più regioni, la cui percezione sia estesa all'intero ambito nazionale, anche se in realtà questo si verifica raramente.

Alla nostra associazione, che riunisce i principali *network*, hanno aderito le prime radio private, che erano definite allora « pirata » dell'etere radiofonico, ma successivamente sono divenute importanti e note a tutti i giovani. La prima di esse è stata Radio 105, alla quale si sono unite altre emittenti attualmente associate della RNA, ossia Radio dimensione suono, Radio deejay, Gamma radio ed emittenti che definirei comunitarie, quali Radio radicale, a carattere politico, e Radio Maria. Al momento, sono dieci le emittenti associate: se la Commissione lo ritiene opportuno, posso trasmettere un elenco dettagliato; desidero peraltro scusarmi per non avervi provveduto prima, ma sono stato convocato soltanto venerdì.

Mi ricollego alle considerazioni formulate dal dottor Rebecchini e dal collega Martinelli – che ho avuto il piacere di conoscere oggi – e, concordando pienamente con il loro punto di vista, mi limiterò ad osservare che la radio rappresenta il mezzo ideale per fornire una

risposta concreta alla vostra indagine conoscitiva.

Partendo dalle dichiarazioni dei colleghi, sintetizzerò il mio intervento in quattro punti fondamentali, di cui tre di natura intrinseca ed uno estrinseca.

La radio è uno strumento che accompagna ventiquattro ore su ventiquattro l'ascoltatore, in particolar modo il giovane e, condividendo le premesse del collega Martinelli, vorrei sottoporre alla vostra attenzione un'ulteriore considerazione, che potrebbe anche sembrare ovvia; la radio può essere ascoltata senza infastidire le persone intorno a noi, utilizzando il famoso *walkman*, negli ambienti più diversi, per esempio al mare, in metropolitana e probabilmente anche a scuola, ma ciò ovviamente non è positivo.

Il secondo motivo intrinseco, già evidenziato dal dottor Rebecchini, riguarda i soggetti che operano nel settore radiofonico, ossia i giovani: questo dato costituisce una realtà innegabile, incontrovertibile ed è importante rilevare che l'età media degli occupati – lo apprendo in quest'occasione – oscilla tra i 20 ed i 27 anni.

Il terzo motivo si riferisce al fatto che la radio è rivolta preminentemente ai giovani; infatti, essa nasce per soddisfare un'esigenza musicale che, pur interessando un vasto pubblico, è avvertita soprattutto dai giovani.

Vorrei innanzitutto sottolineare che le varie emittenti private vivono grazie ai proventi pubblicitari, i quali costituiscono una fonte insopprimibile ai fini della loro sopravvivenza; infatti, le varie radio devono necessariamente mandare in onda *spot* pubblicitari, i quali, comunque, non interrompono l'esecuzione e, quindi, l'ascolto della singola opera d'arte. Poiché lo *spot* viene trasmesso al termine del brano, soltanto chi desidera registrarlo può essere infastidito dalla pubblicità che in definitiva segue la sua esecuzione. Questa circostanza dovrebbe farci meditare anche su un altro dato importante, pubblicato recentemente, relativo ai proventi pubblicitari della radio. Risulta, infatti, che gli investimenti previsti per il settore radio-

fonico assommano soltanto al 3 per cento e rappresentano una cifra irrisoria rispetto al totale dei proventi pubblicitari.

MICHELE MARTINELLI, *Rappresentante della FRT*. Gli investimenti nel medesimo settore negli altri paesi europei oscillano tra l'11 ed il 15 per cento.

ALFREDO SARLI, *Rappresentante delle Reti nazionali associate*. Il monte pubblicitario radiotelevisivo pubblico e privato, ossia lo spazio riservato alla pubblicità, ha una notevole rilevanza, però - ripeto - le risorse impiegate nel settore radiofonico sono soltanto del 3 per cento; se ne deduce, quindi, che il restante 97 per cento è appannaggio di quello televisivo. Nella percentuale del 3 per cento - oltre questo dato posso fornirne altri più dettagliati - è compresa anche la rete radiofonica della RAI e, secondo un'indagine condotta dalla SPER, l'ente pubblico nel 1988 ha investito 128 miliardi, mentre le reti private 97 miliardi.

MICHELE MARTINELLI, *Rappresentante della FRT*. Queste cifre spiegano chi detiene posizioni dominanti!

ALFREDO SARLI, *Rappresentante delle Reti nazionali associate*. Le risorse investite, oltre 200 miliardi di lire, costituiscono una cifra irrilevante, se confrontata con il monte pubblicitario del settore televisivo.

MICHELE MARTINELLI, *Rappresentante della FRT*. Questi dati, inoltre, devono essere confrontati con gli indici di ascolto che, per quanto riguarda il settore radiofonico, sono del 55 per cento per le emittenti private e del 45 per cento per la RAI. Gli introiti relativi alla pubblicità nazionale sono del 70 per cento per la RAI e del 30 per cento per le reti private: non credo si possa parlare di posizioni dominanti per il nostro settore.

PRESIDENTE. Mi sembra di notare una certa polemica nelle sue parole.

MICHELE MARTINELLI, *Rappresentante della FRT*. No, signor presidente, su questo punto siamo tutti d'accordo.

PRESIDENTE. Non mi riferivo ad una polemica tra le vostre associazioni.

ALFREDO SARLI, *Rappresentante delle Reti nazionali associate*. Oltre al fatto che gli spot radiofonici non interrompono l'opera d'arte e quindi non sono suscettibili di provocare controversie nei confronti dell'autore e dell'ascoltatore, il dato più interessante sul quale dovremmo riflettere riguarda l'ammontare minimo del monte pubblicitario.

Pare che l'ascoltatore televisivo, di fronte allo spot pubblicitario, cambi canale nel 43 per cento dei casi. Non mi risulta che sia stata mai effettuata un'indagine sulla radio da questo punto di vista.

MICHELE MARTINELLI, *Presidente FRT*. Noi ci avvantaggiamo dell'assenza del telecomando.

ALFREDO SARLI, *Rappresentante delle Reti nazionali associate*. In effetti il telecomando è già nelle mani dell'ascoltatore ed esiste sicuramente questo vantaggio materiale, ma si può sicuramente affermare, senza tema di essere smentiti da professori di sociologia o da tecnici del settore, che lo spot pubblicitario radiofonico non dia veramente fastidio o dia fastidio a pochi.

Aggiungerò nella premessa di questo mio breve intervento che probabilmente verranno evidenziate nell'audizione i due risvolti di un medesimo aspetto: da un lato abbiamo il desiderio espresso di rispondere a tutte le vostre domande, prendendo atto dell'importanza data alle nostre associazioni nell'ambito delle problematiche che dovete risolvere, dall'altro (chiediamo perdono se questo trasparisse in maniera eccessiva) abbiamo una riserva mentale, quella di coloro che da tredici anni, benché investano capitali e garantiscano forze di lavoro, non hanno alcuna certezza. Vi è da un lato la massima disponibilità a rispondere e ad essere di aiuto; dall'altro, vi è una riserva mentale, una velata *vis polemica*.

Vi sono proposte di sinergie che conosciamo solo per sentito dire. Per noi qualunque sinergia è positiva. Ci auguriamo che anche da questo incontro possa scaturire qualcosa d'importante per le radio e per le televisioni. Per questo, debbo spezzare una lancia affermando che, anche se in linea di principio la RNA è favorevole ad una legge complessiva, per lo meno, se i problemi riguardano prevalentemente la televisione, in via subordinata si dia almeno ingresso ad una legge separata sulla radiofonia.

Credo che vi potrà essere utile, pur non essendo pertinente con la vostra indagine, sapere che nella radiofonia è presente un problema tecnico particolarissimo, che non riguarda la televisione e di cui vi siete certamente accorti ogni volta che avete acceso la radio e vi siete sintonizzati sulla modulazione: la radio è priva della cosiddetta canalizzazione. È una parola che all'inizio potrebbe spaventare, ma il problema è semplicissimo: la canalizzazione è la possibilità di usare una predeterminata banda di frequenza. Nella televisione ciò è possibile, per cui le antenne, sia in uscita sia in ricezione, consentono di vedere solo quel canale, solo quel programma su quel canale. Questo non avviene con la modulazione di frequenza e anche con le onde medie, perché vi deve essere una fascia di rispetto tra due stazioni che utilizzano bande adiacenti e confinanti.

Questo è un problema tecnico di non facile soluzione e rappresenta la prima causa del caos nell'etere radiofonico. Quando si parla di caos del settore radiotelevisivo, preferisco sempre distinguere: senza alcuna polemica dico che tale caos è sicuramente al livello di norme anti-trust dal punto di vista dell'informazione fornita dal settore televisivo, ma per quanto concerne la radio il caos è soprattutto tecnico e non certo politico. Infatti, nell'ambito di queste ultime non si sono verificati fortunatamente fenomeni di oligopolio, tant'è vero che le dieci emittenti che ho l'onore di rappresentare non possono definirsi un oligopolio: nell'ambito delle private la loro *audience* non supera il 30 per cento: visto che le radio raggiungono un'*audience* del

60-65 per cento, si è ben lontani dalle situazioni oligopolistiche del mondo televisivo.

La radio può fare moltissimo per i giovani, come del resto già avviene, non soltanto perché essa procura lavoro diretto e lavoro indotto, ma soprattutto perché consente ad essi di sintonizzarsi e di ascoltare programmi che nella peggiore delle ipotesi sono di svago, però possono anche essere programmi di carattere culturale oppure di informazione in senso stretto e lato, cioè notiziari di cronaca o notiziari politici oppure notiziari sulle novità e sui fatti di cultura.

Ho preparato uno schema, che mi auguro di avere il tempo di inserire in una relazione. Le radio che rappresento svolgono programmi musicali per il 60-70 per cento. Il rimanente 30-40 per cento è occupato da notizie di informazione, notizie utili in generale sulla viabilità in ambito locale, sugli avvenimenti teatrali, cinematografici, eccetera. Si tratta di programmi riguardanti informazioni specifiche, ad esempio per la partecipazione a concorsi a premi; anche questo mi sembra un modo per attirare l'attenzione dei giovani. Abbiamo anche (è il caso di una radio da me rappresentata, che mi ha preparato una relazione) corsi « indiretti » di inglese-americano. Vi sono programmi pomeridiani specifici condotti esclusivamente in lingua americana, che quindi il giovane interessato ha l'opportunità di apprendere. È un termine che ho inventato adesso per far capire che non si tratta volutamente di un corso di inglese: viene presentata la classifica delle dieci canzoni più vendute negli Stati Uniti durante la settimana e, poiché la trasmissione viene condotta esclusivamente in lingua americana o inglese, l'ascoltatore è indotto, evidentemente in maniera indiretta, ad apprendere la conoscenza di quella lingua.

Per quanto riguarda specificamente i contenuti dell'audizione, riteniamo che le radio possano far moltissimo, ma solo attraverso una buona legge.

Ritengo che gli obiettivi principali siano due. La regolamentazione dell'imprenditorialità radiofonica è il primo gra-

dino, perché si possa realizzare l'obiettivo di creare una radio che in qualche modo possa essere utile anche ai giovani. Il secondo obiettivo è quello relativo ad una regolamentazione dei contenuti, seppure in maniera blanda, a livello televisivo. Mi riferisco al cosiddetto decreto Berlusconi, che ha imposto una certa programmazione minima e ha vietato la diffusione di immagini meramente ripetitive, perché non venissero occupate inutilmente bande televisive. Niente di tutto questo avviene nella radiofonia, anche se si ritiene che la norma riguardante la televisione sia analogicamente applicabile anche alla radio.

La futura legge dovrebbe e potrebbe prevedere addirittura un'ora al giorno di insegnamento didattico, o, in alternativa, un programma specifico per i giovani, un programma culturale. Questo, evidentemente, una legge statale o regionale può e deve prevederlo, non solo nell'ottica della Commissione, ma anche al fine di creare radio che abbiano dignità imprenditoriale.

Il primo obiettivo lo si raggiunge dettando norme tecniche rigorose, che evidentemente competono alla pubblica amministrazione.

Da tredici anni aspettiamo l'emanazione di queste norme tecniche. Esiste un piano di ripartizione delle frequenze e questo significa semplicemente che lo spettro radioelettrico è stato suddiviso in bande, alcune assegnate ai privati, altre ai servizi marittimi, altre alla polizia e similari, ma non esiste un vero piano di assegnazione. Vi è soltanto, in altri termini, un piano di individuazione delle singole frequenze nell'ambito della banda assegnata ai privati.

Non esiste, invece, un piano di assegnazione, cioè un piano di individuazione delle singole frequenze nell'ambito della banda assegnata ai privati. Un piano di questo tipo, con norme tecniche precise, è necessario e da tempo viene auspicato da più parti.

Il primo obiettivo, la regolamentazione dell'imprenditorialità, si può perseguire evidentemente dettando requisiti soggettivi ed oggettivi per la radio, sulla base dei quali l'impresa dovrebbe versare determinati contributi all'atto della concessione.

PRESIDENTE. Oppure, l'impresa dovrebbe essere obbligata a prestare determinati servizi.

ALFREDO SARLI, Rappresentante delle Reti nazionali associate. In ogni caso, essa dovrà impiegare un minimo di dipendenti, dei quali una certa quota dovrà essere qualificata come giornalista e garantire, in diversa misura, un notiziario. Qui, comunque, andiamo sconfinando nel secondo obiettivo che è costituito dalla regolamentazione dei contenuti, al quale probabilmente non si è ancora pensato, ma che mi auguro possa trovare una propria dimensione *de iure condendo*.

PRESIDENTE. Non sono d'accordo.

MICHELE MARTINELLI, Rappresentante della FRT. Regolamentare i contenuti è pericoloso.

ALFREDO SARLI, Rappresentante delle Reti nazionali associate. Si tratta soltanto di prevedere indicazioni di massima.

FILIPPO REBECCHINI, Presidente della FRT. Su una elevazione della professionalità, invece, siamo assolutamente d'accordo.

PRESIDENTE. Probabilmente, egli vuol dire che una commissione che si occupi dello studio delle questioni attinenti al mondo giovanile potrebbe ragionevolmente sollecitare un versante per così dire didattico dell'attività radiofonica.

MICHELE MARTINELLI, Rappresentante della FRT. Fra l'altro, esiste una normativa che prevede la destinazione di fondi pubblici per la pubblicizzazione di alcuni generi di iniziative, ma di radio non si parla mai in questo settore; invece, credo che la Commissione dovrebbe tener conto di simili elementi che, pur provenendo da operatori del settore (quindi interessati), sono basati su dati numerici non suscettibili di essere oggetto di contestazione. Pertanto, assegnare anche alla radio una parte dei fondi, già destinati per legge

all'informazione, potrebbe essere il primo piccolo passo da realizzare per usufruire di tutti i vantaggi che questo mezzo – come mi pare abbiamo dimostrato – è in grado di dare.

Non faccio nemmeno riferimento alla necessità di una simile regolamentazione dal punto di vista della stessa possibilità di usufruire del mezzo radiofonico: in assenza di tale disciplina, infatti, il mezzo non esisterà più. Nell'interesse dei giovani bisogna anche assicurare il diritto di ascoltare. Attualmente esso non viene tutelato, perché in qualunque momento e da qualsiasi luogo si può interferire con emittenti che impegnano professionalmente un certo numero di dipendenti, creano ricchezza alle aziende che richiedono inserzioni pubblicitarie e muovono un indotto che riguarda 30 mila persone. Tutto ciò non viene tutelato, come non viene preso nella dovuta considerazione il canale di contatto con i giovani che, invece, questa Commissione vuole raggiungere.

ALFREDO SARLI, *Rappresentante delle Reti nazionali associate*. Vorrei soltanto aggiungere che, nonostante i limiti pubblicitari di cui abbiamo già parlato, oggi le radio private sono più ascoltate di quella pubblica, cioè la RAI. In questo senso, la percentuale è nettamente favorevole al primo comparto, poiché si parla di oltre il 60 per cento.

PRESIDENTE. Tale dato ci era stato fornito precedentemente.

ALFREDO SARLI, *Rappresentante delle Reti nazionali associate*. Quindi il fenomeno della limitatezza delle risorse pubblicitarie non va trascurato, poiché non si sa cosa potrebbe accadere il giorno in cui l'etere fosse regolamentato dal punto di vista tecnico. Se, grazie alla maggiore imprenditorialità, si verificasse un certo sfoltimento di operatori, per evitare le situazioni interferenziali generalizzate in tutto il paese, dovrebbe intervenire – ci dispiacerebbe per la RAI – un ulteriore incremento dell'*audience* giovanile.

GIANFRANCO TATEO, *Rappresentante della AER*. Intervengo all'odierna audizione

in nome di Federradio, un cartello di emittenti esclusivamente radiofoniche, di cui sono presidente, costituito dalla AER, da CORALLO, dalla ARM e dalla FERP, che sono associazioni regionali o interregionali.

Cercherò di non cadere nella tentazione di manifestare un atteggiamento polemico sui comportamenti della classe politica nei confronti delle emittenti radiofoniche (lo hanno già fatto ampiamente i miei colleghi).

Federradio raggruppa circa 650 emittenti radiofoniche fra commerciali e comunitarie ed una platea di ascolto di circa 8 milioni di persone (secondo i dati audiradio), in massima parte giovani fra gli undici e i venticinque anni. I nostri mezzi non hanno la tendenza ad essere nazionali, ma sono quasi sempre provinciali, regionali o, in qualche caso, pluriregionali. I mezzi radiofonici locali dialogano in maniera particolarmente diretta con i giovani, tuttavia bisogna distinguere fra due sistemi di realizzare la radiofonia: quello che propone esclusivamente la musica e quello che prevede un minimo di informazione locale.

Nel primo caso difficilmente si riuscirà a costituire un *trait d'union* con i giovani e comunicare con loro: ciò si verifica per quanto concerne la maggioranza delle emittenti radiofoniche locali sul territorio nazionale. Nel secondo caso, è più frequente un certo tipo di interscambio, poiché possono essere attivati servizi da e per i giovani: radio di questo tipo sono piuttosto rare. Infatti, secondo i dati di provenienza del servizio per l'editoria della Presidenza del Consiglio, sono soltanto poco meno di 500 le emittenti radiofoniche che, svolgendo attività di informazione, hanno inoltrato domanda per ottenere i contributi previsti per l'editoria.

Evidentemente questa limitazione è dovuta agli scarsi mezzi economici a disposizione. In questo senso, è già stato ampiamente illustrato il tema delle risorse economiche distribuite ai mezzi radiofonici. In sintesi, devo affermare che siamo fortemente penalizzati per quanto riguarda l'aspetto occupazionale. A questo punto,

cedo la parola al mio collega Carlo de Giacomi, consigliere di AER, che fa parte di Federradio, per gli aspetti specifici della professionalità all'interno delle radio.

CARLO DE GIACOMI, *Rappresentante del CORALLO*. Premetto che, soprattutto in questo periodo, appena ci viene concessa una platea, utilizziamo la discussione non tanto per sviluppare il tema all'ordine del giorno, quanto per manifestare la nostra esasperazione per la mancanza di una legge che disciplini il settore della radio. Domani proprio a questo scopo si terrà un'assemblea organizzata da Federradio. Ciò è comunque molto utile, poiché abbiamo raccolto l'adesione di circa duecento deputati alla Camera, affinché si discuta seriamente la proposta di legge sulla radiofonia. Al di là dei dubbi espressi da qualcuno, questa ci sembra l'unica strada per evitare che la radiofonia vada incontro ai pericoli ben sottolineati da Michele Martinelli. Non aggiungo altro su questo argomento: mi basta constatare una maggiore sensibilizzazione verso i problemi del settore rediofonico.

Concordo peraltro con il collega Tateo sull'opportunità che si discuta della questione giovanile ed anche se noi non siamo sociologi, né vogliamo esserlo, non possiamo non riflettere sul fatto che si è istituita una Commissione parlamentare con l'obiettivo di esaminare la loro condizione. A mio avviso non esiste una sola condizione giovanile, essendo importante distinguere la realtà che il ragazzo vive in una grande metropoli da quella della provincia; mi rendo conto che la mia osservazione può sembrare banale, ma ho ritenuto opportuno sottoporla alla vostra attenzione. D'altra parte, si registrano diversità di condizioni anche tra i giovani che vivono al Nord o al Sud, così come possiamo constatare forti omogeneità, che però non possiamo affermare siano dovute solo all'età.

Ritengo, infine, che oltre ad una diversificazione tra i giovani, vi siano differenziazioni anche tra le radio: alcune di queste possono essere più vicine ed altre più lontane dalla realtà dei giovani, ma questo non vuol dire che soltanto una

parte delle radio svolge un ruolo significativo nei confronti dei giovani.

È indubbiamente vero, come hanno sostenuto i miei colleghi, che le emittenti radiofoniche pubbliche e private svolgono un ruolo sociale e, personalmente, condivido questa opinione, ma allo stesso tempo sono convinto che potrebbero farlo in modo più pregnante in presenza di alcune condizioni. Mi riferisco in primo luogo all'opportunità di regolamentare il settore radiofonico, ma potrei indicarne altre, come per esempio il fatto che in molti paesi, compresa l'Italia, esistono alcune emittenti sensibili alle tematiche giovanili, ma hanno piccole dimensioni e non sono a diffusione nazionale, bensì locale. Queste radio presentano caratteristiche diverse dalle altre cui ho accennato prima. Premetto che esse, a mio avviso, potrebbero svolgere un ruolo rispetto ai giovani soltanto se all'interno del loro palinsesto riuscissero a creare le condizioni per favorire incontri con personaggi considerati *leader* dall'opinione pubblica, la cui personalità e forza del messaggio esercita una certa influenza sull'ascoltatore. Spesso, invece, essi svolgono – ripeto, esprimo una opinione personale – la funzione di lanciare nuove mode e non di dibattere temi specifici. Cercherò di essere più chiaro con un esempio concreto; nel settore dello sport Gullit, pur essendo portatore di un suo messaggio, potrebbe allo stesso tempo esprimere, sia pure in modo blando, un impegno sociale; lo stesso esempio potrebbe riferirsi ad un cantante o all'attività delle reti locali che svolgono una funzione di « andata e ritorno » in un colloquio costante e partecipativo con i giovani. Devo riconoscere, infatti, che nell'ambito delle reti locali circa 500 esercitano un ruolo interessante in questa direzione; non sono in grado di confermare la cifra indicata dal collega Tateo, ma non vi è dubbio che esista una fascia, anche se non numerosa, che attualmente segue con attenzione i problemi del mondo giovanile.

Anche in questo caso è bene citare esperienze concrete per evitare discorsi astratti. Nell'ambito di trasmissioni radiofoniche si instaurano rapporti non estem-

poranei, ma continuativi e quotidiani, attraverso un « filo diretto » con l'ascoltatore su temi di varia natura che spaziano dall'impegno sociale all'informazione; ovviamente il contenuto dei vari programmi varia in relazione al territorio ed al tipo di emittente locale.

Le radio, inoltre, promuovendo programmi di intrattenimento, svolgono una funzione indiretta, ma ugualmente importante e di stimolo, per chi voglia esibirsi e far conoscere la propria cultura. Un altro compito cui assolvono un numero elevato di radio locali, che prescindono dalla loro volontà di fare o meno informazione, è quello della divulgazione di iniziative sociali che, frammentate in più quartieri, non troverebbero spazio nei tradizionali *mass media*. Poiché tali iniziative spesso non trovano collocazione nella stampa e nemmeno nella televisione locale, l'unica possibilità di diffusione è rappresentata dalla radio. Anche se frequentemente queste iniziative si riferiscono a manifestazioni sportive e musicali, vorrei sottolineare che in pratica interessano settori ben più vasti.

La radio non è soltanto uno strumento per raccogliere le iniziative dei giovani meno organizzati, ma anche per dare più ampia risonanza ad associazioni consolidate, le quali, attraverso la comunicazione radiofonica, lanciano messaggi per confrontarsi con masse di ascoltatori più ampie di quelle aderenti alla loro organizzazione.

Ho riassunto per punti essenziali il ruolo delle radio nella nostra società; tuttavia non vi è dubbio che alcune emittenti hanno un punto di osservazione privilegiato nei confronti del mondo giovanile, come dimostrano gli indici di ascolto; è frequente, ripeto, il caso di ascoltatori che partecipano in modo attivo alle trasmissioni, ma, non solo rispondendo alla chiamata telefonica, anche dal punto di vista dell'organizzazione interna. Sembra, infatti, che gli addetti all'emittenza radiofonica siano circa 30 mila: non si tratta di un numero esatto, perché finora non è stato effettuato un censimento, ma possiamo considerarlo abbastanza realistico o,

comunque, non molto distante dalla verità, se consideriamo tutti i collaboratori e gli operatori del settore. Costoro, attraverso il meccanismo radiofonico, acquisiscono una sicurezza per così dire di esposizione individuale e di capacità di utilizzazione del mezzo radiofonico che consente il consolidamento della loro personalità. Crediamo, infatti (ciò è confermato anche da altri dati) che svolgere la propria attività nel campo dell'informazione permetta di conseguire almeno due obiettivi: innanzitutto si realizza una forma di stabilità occupazionale perché il giovane almeno per alcuni anni risulta occupato, anche se poi si reimpiega in altri settori; in secondo luogo, si consolida il meccanismo di formazione del personale, sia sotto il profilo professionale rispetto ai mezzi tecnologicamente disponibili, sia in termini generali con riguardo alla capacità di comunicazione. Anche quest'ultimo è un aspetto importante che non deve essere trascurato.

A mio avviso sarebbe utile non limitarsi a citare degli esempi, ma indicare esperienze concrete, le quali, non avendo carattere particolare ma generale, riferendosi alle vicende di più emittenti o realtà locali, possono costituire un valido contributo ai fini dell'indagine conoscitiva in corso. Esistono infatti iniziative promosse da singole radio che, coinvolgendo movimenti di massa sui problemi degli extracomunitari o degli studenti, creano un rapporto diretto di comunicazione e di osservazione del fenomeno. Vorrei citare l'esempio dell'attività sportiva, per dimostrare che esiste tra le varie radio un rapporto di collaborazione molto intenso, che facilita la conoscenza di determinate esperienze sportive.

Si tratta di un meccanismo utilizzato più o meno estesamente in alcune esperienze, attraverso forme di *spot* che riguardano alcuni momenti del disagio giovanile, in particolare la tossicodipendenza. Sono forme di comunicazione attraverso un mezzo a cui il giovane è particolarmente affezionato e che diventa un comunicatore di messaggi. Ricordo l'esempio di una serie di *spot* di Lucio Dalla, che pronuncia una frase sulla gioia di vivere e contro la

tossicodipendenza, inviando un messaggio chiaro, netto e preciso. Vi sono altri casi meno eclatanti, ma legati alle associazioni che si muovono sul terreno dell'emarginazione e del disagio e trasmettono messaggi con il mezzo radio. Ad esempio, sono stati promossi sondaggi da parte delle consulte regionali sul rapporto uomo-donna e proprio su questo tema, vi sono stati ritorni abbastanza interessati, attraverso il mezzo telefonico e anche come risposte a singoli questionari.

Si può parlare in generale, per alcune città, di un rapporto stretto con quelli che vengono definiti gli informa-lavoro. Questo meccanismo, istituito da alcuni enti sociali e locali, spesso comporta l'utilizzo del mezzo radio anche da parte degli stessi uffici di collocamento, a livelli istituzionali o meno, per diffondere la conoscenza di singoli posti. Vi è l'ulteriore esempio della conoscenza di iniziative riguardanti concorsi o comunque corsi di formazione professionale attraverso la radio, spesso in riferimento a singoli corsi di formazione regionale. Si arriva ad un rapporto più stretto e diversificato anche rispetto a singole attività con alcuni enti locali attraverso quello che a Torino viene definito l'informa-giovani. In generale si tratta di un rapporto fra istituzioni, organizzazioni musicali e teatrali, per favorire le espressioni artistiche. Attraverso gli informa-lavoro, gli enti locali cercano di interloquire con i giovani il più possibile. A volte, spesso, con iniziative di *pool* di radio, si è riusciti a interloquire in modo efficace ed utilizzando il mezzo giusto.

Certamente le istituzioni, dagli uffici di collocamento agli enti locali, non hanno in mente l'utilizzo delle radio. Ho citato le esperienze migliori, ma spesso gli enti locali non sono così sensibili.

Questi enti spesso utilizzano la *manchette* sul giornale locale più conosciuto, ma è difficile che questo sia davvero il mezzo migliore, attraverso il quale il giovane possa acquisire certi tipi di conoscenze, comprese quelle relative ai corsi professionali. Faccio un esempio banale: la regione Piemonte ha promosso una campagna sulla mancanza di infermieri pro-

fessionali, in cui non sono state utilizzate le emittenti radio. Ritengo si sia trattato di una « asineria » incredibile. Infatti, non bisogna solo comunicare che esiste un concorso, ma anche dare una conoscenza informativa completa, che vada al di là dello *spot*.

In conclusione, la radio, utilizzata non genericamente, ma secondo le forme delle esperienze già maturate, può davvero costituire un mezzo che non solo può parlare con gli adolescenti, ma anche dare la parola ad essi.

Per quanto riguarda le campagne di pubblica utilità, vorrei sottolineare che dalle campagne contro l'AIDS è stata completamente esclusa, la radio, vale a dire il mezzo pubblico principe che dialoga con i giovani.

MICHELE MARTINELLI, *Presidente della FRT*. Questa campagna l'abbiamo fatta come pubblicità progresso, quindi non a pagamento.

CARLO DE GIACOMI, *Rappresentante del CORALLO*. Anche la campagna sulla sicurezza stradale nel Veneto, è stata promossa dalla regione dimenticando completamente le radio.

LUCIANO CAVERI. Il mio lavoro è semplicemente di raccordo, perché sarà l'intera Commissione ad esprimersi sull'argomento. Siamo ancora in una fase iniziale, cioè stiamo ancora svuotando il mare della condizione giovanile con un cucchiaino, in questo caso stiamo svuotando il mare del rapporto fra i giovani e l'informazione.

Credo sia difficile formulare domande precise. Ad alcune è stato risposto con la richiesta dell'approvazione di una legge *ad hoc*. Credo che, se non ci arriveremo noi, comunque ci penserà la Corte costituzionale. Tale minaccia pende, anche se la Corte costituzionale certamente ha una concezione del rapporto con l'emittenza che si rifà alla concessione nell'ambito locale. Infatti, mentre le televisioni trasmettono tramite le cassette nelle varie zone, le radio sono interconnesse attraverso i ponti-radio. È chiaro che il pro-

blema è complesso, non solo per colpa nostra, ma anche di chi ha rivolto pressioni sui politici perché non venisse approvata la legge.

Credo che occorra fare una specie di media rispetto a quanto hanno affermato i rappresentanti delle radio e televisioni libere. Sono emersi alcuni aspetti molto rosei e altri più realistici nel ruolo della radio e delle televisioni. Infatti, con riferimento ai soli programmi informativi dei radiogiornali e telegiornali, la situazione è molto meno rosea di quella descritta: rispetto alle grandi aspettative delle radio e delle televisioni libere si è andato man mano rarefacendo lo spazio informativo, a parte le lodevoli eccezioni che sono state citate.

Sicuramente questo è uno dei primi interrogativi riguardanti la presenza dei giovani nelle radio e nelle televisioni. L'impressione che si ricava sempre è che, mentre l'imprenditoria è andata solidificandosi e concretizzandosi nelle televisioni anche con la nascita oggettiva di oligopoli, la realtà nelle radio è che, per esempio, i giovani che vi lavorano continuano a vivere in una situazione di « sfruttamento » riguardante il settore dell'informazione e anche l'accesso alla professione giornalistica. Mi riferisco alla difficoltà di diventare pubblicisti, perché i direttori di testata non rilasciano la necessaria dichiarazione, quindi di vedere riconosciuti i propri diritti. Vorrei sapere qual è l'impressione dei nostri ospiti su questo argomento.

Essi hanno chiesto l'emanazione di una legge *ad hoc*, ma chiedo loro se abbiano realmente l'intenzione di fare dell'informazione a beneficio dei giovani e quali possibilità vi siano per i giovani di accedere, attraverso uno strumento così duttile e interessante come sono la radio e la televisione, alla professione giornalistica. Oggettivamente vi sono spazi di sfruttamento tali che molti giovani, dopo aver fatto un'esperienza in radio o in televisione, se ne allontanano, ma è tale l'attrazione del mezzo, che vengono immediatamente sostituiti. Parlo dei *disk-jockey*, ma anche di chi fa il notiziario locale.

I notiziari locali e nazionali – questo è un altro elemento di riflessione che propongo – raramente sono frutto del lavoro di una redazione: talvolta ci si limita alla lettura di quotidiani locali o nazionali oppure si ha semplicemente la possibilità di avere le agenzie di stampa e ci si limita alla lettura di esse, ma non si attua un lavoro di ricerca o di registrazione di *reportages* per televisione o per via radio.

Questo per dirvi che probabilmente vi saranno ulteriori occasioni per stabilire contatti e per prospettare richieste di chiarimenti.

Abbiamo preso atto della vostra disponibilità a promuovere grandi campagne di informazione (come già avete fatto, a titolo gratuito, sul problema dell'AIDS); alla luce di questo impegno ritengo che la Commissione possa chiedere la vostra collaborazione rispetto ad analoghi progetti. Ricordando, per esempio, le iniziative adottate in passato in merito all'invito a « votare donna », ritengo che, in vista delle imminenti elezioni amministrative previste per la primavera del 1990, potrebbe essere promossa una campagna che induca a « votare giovane », allo scopo di agevolare l'accesso dei giovani all'attività politica, ove si consideri che tale esigenza incontra sempre maggiori difficoltà.

Per concludere, vorrei esplicitare quello che considero un pensiero inespresso del presidente Savino. Si tratta di una sorta di SOS che questa Commissione (che lavora già da diverso tempo e che ha individuato spunti interessanti, nonostante incontri difficoltà nel far conoscere la propria attività e, quindi, nel vedere riconosciuto il proprio ruolo da parte dei naturali « utenti », cioè i giovani) intende proporre alla vostra attenzione. In definitiva, si tratta di valutare la possibilità di aprire « finestre » informative presso le vostre emittenti, che ci consentano di stabilire un utile confronto con i giovani, non certo per soddisfare la nostra vanità di uomini politici, ma essenzialmente per far conoscere le risultanze di un'attività da cui potrebbero derivare iniziative legislative specifiche in diversi settori, come per esempio quello relativo alla formazione professionale e

quello giornalistico (nel cui ambito in passato erano previsti i cosiddetti borsisti, figure che, ove lo si ritenesse opportuno, potrebbero essere riproposte).

La nostra Commissione sta ancora procedendo ad un esame complessivo in merito ai problemi aperti nel mondo giovanile; ciò nonostante, vi sarei grato se su talune questioni emerse nel corso del dibattito vi impegnaste a farci pervenire memorie scritte, garantendo, nei limiti del possibile, una fattiva attenzione alla nostra attività, perché credo che ciò potrebbe risultare reciprocamente utile, anche in considerazione della notevole *audience* che riuscite a raggiungere presso l'utenza giovanile.

ELISABETTA DI PRISCO. Poiché le comunicazioni rese dal presidente Savino all'inizio della seduta necessitano di chiarimenti ed approfondimenti ulteriori, riterrai utile che l'ufficio di presidenza deliberasse di inserire, nel calendario della prossima seduta della Commissione, una specifica discussione sui temi sollevati dalle comunicazioni odierne.

Comprendo benissimo la posizione degli ospiti intervenuti all'odierna audizione. La nostra generazione, infatti, è nata con la radio; un giorno, discutendo in merito all'appello lanciato dalla Federadio, ho scoperto che in Parlamento siedono tantissimi *ex* operatori della radio e che molti parlamentari hanno iniziato l'approccio con il pubblico proprio attraverso questo mezzo.

Non entro nel merito delle questioni sollevate in riferimento alla legge di riorganizzazione del settore, dal momento che la sede competente è quella della Commissione cultura. Voi sapete che abbiamo assunto una posizione favorevole rispetto al provvedimento in discussione e che al riguardo si è espresso un orientamento unitario. Abbiamo anche firmato l'appello che ci è stato sottoposto ma, ripeto, si tratta di un impegno che riguarda la Commissione cultura. Spero che vi siano ulteriori occasioni per incontrarci, perché la nostra intenzione è di approvare una legge che non resti chiusa nell'aula della Commissione, ma rappresenti il frutto di

una verifica e di un confronto, coinvolgendo essa un ambito di libertà che va salvaguardato, anche alla luce dell'esperienza maturata nel settore televisivo.

Non intendo soffermarmi sulle molteplici valutazioni, a mio avviso giuste, che avete formulato circa il rapporto diretto tra la radio e l'ascoltatore. Mi interessa, piuttosto approfondire un aspetto. Sui lavori della nostra Commissione si registra scarso interesse da parte del mondo politico, perché, a mio avviso, i giovani finora sono stati considerati oggetto di studio, più che protagonisti. Per riuscire a capovolgere l'ottica, trasformando i giovani in protagonisti, abbiamo pensato di rivolgerci a chi, sia pure con difficoltà, la voce ai giovani l'ha già data. In tale prospettiva abbiamo svolto audizioni con i rappresentanti della RAI, anche se, nonostante le promesse, non siamo approdati a considerevoli riscontri.

In definitiva, vorremmo capire se siete interessati a stabilire con noi un rapporto di reciprocità; infatti, il materiale di cui disponiamo è voluminoso ed interessante, dal momento che ci siamo avvalsi del contributo di voci dirette ed indirette (per esempio, abbiamo svolto un'audizione con i rappresentanti di tutte le organizzazioni giovanili presenti sul territorio nazionale e, nel contempo, abbiamo ricevuto il contributo di voci indirette, offerto da chi si interessa della questione giovanile pur non essendo giovane).

In sostanza, vorremmo sapere se esista la possibilità di creare insieme un « ag-gancio » che conferisca « visibilità » al nostro lavoro e che, nello stesso tempo, costituisca un apporto critico, coinvolgendo anche i giovani che riusciamo a contattare con maggiori difficoltà. Ci interessa, in definitiva, un apporto di suggerimenti, oltre che di mera richiesta. Se riuscissimo a realizzare questo obiettivo potremmo creare un rapporto inedito per una struttura istituzionale. In questo modo, tra l'altro, risulterebbe sollecitato anche l'interesse degli enti locali.

Quanto alle forme in cui inquadrare il rapporto, sarebbe opportuno che le proponeste voi stessi, anche se ribadisco l'op-

portunità di stabilire in futuro un contatto per prospettare un progetto comune in ordine a specifici argomenti.

PRESIDENTE. Onorevole Di Prisco, accogliendo la sua richiesta, le garantisco fin d'ora che nella prossima riunione dell'ufficio di presidenza sarà fissata una seduta della Commissione dedicata alla discussione sulle comunicazioni rese oggi.

CARLO DE GIACOMI, Rappresentante del CORALLO. L'onorevole Caveri diceva giustamente che all'interno di un settore come quello radiofonico intervengono meccanismi di sfruttamento. Vorrei confermare che un settore, fino a quando non si riesce a consolidare, registra forme che possono essere definite di sfruttamento, soprattutto rispetto ai volontari.

Non dimentichiamo questo aspetto: si tratta, lo ripeto, di problemi relativi allo sfruttamento ed al volontariato. Anzi, bisognerebbe ragionare sulle modalità attraverso le quali, soprattutto in alcuni settori come le radio comunitarie (e ciò viene previsto nella proposta di legge), alcune forme di volontariato possano essere riconosciute: ciò permetterebbe di esercitarle senza incorrere in altri problemi. Ovviamente l'immagine della realtà non deve essere deformata da questo aspetto, poiché, pur con grande fatica, negli ultimi anni parte consistente delle emittenti ha potuto regolamentare alcuni rapporti di collaborazione. Ciò significa che sta scaturendo — e ciò potrebbe emergere a fronte di una iniziativa legislativa — un quadro occupazionale diverso da quello che risulta attualmente.

Per quanto riguarda alcune esperienze citate in rapporto al ruolo che la radio potrebbe svolgere, sottolineo che si tratta di un « potrebbe », cioè di un condizionale. Anche in questo ambito, una realtà più solida potrebbe provenire dalla regolamentazione e, quindi, dalla stabilizzazione del settore; altro canale potrebbe essere costituito da precisi incentivi. Non a caso l'unica strada attraverso la quale il Parlamento ha preso atto del problema degli incentivi è stata la legge per l'editoria, che

è interessante sotto questo aspetto, avendo garantito che una parte dell'informazione potesse essere esercitata « senza trucchi », proprio perché le norme e le regole stabilite andavano nella direzione da noi indicata (non della pura ripetizione di un meccanismo di lettura dei giornali, ma di qualcosa di più, costituito da un giornalismo di intrattenimento e di conduzione, non soltanto, quindi, di informazione in senso stretto).

MICHELE MARTINELLI, Rappresentante della FRT. Di contributi fino ad adesso non ne abbiamo visti !

CARLO DE GIACOMI, Rappresentante del CORALLO. Tuttavia, è stato mantenuto un impegno in questa direzione, anche se ci si è limitati soltanto a creare un'autentica aspettativa all'interno del settore.

Mi sembrano interessanti alcune proposte scaturite dal dibattito odierno, come quella dell'onorevole Di Prisco, secondo la quale si potrebbe tentare di stabilire un rapporto fra un soggetto istituzionale ed una struttura che si propone di svolgere un determinato ruolo. In questo caso, però, vorrei aggiungere che occorrerebbe sviluppare la fantasia, trovando forme inedite di rapporto ed avanzando proposte su alcuni temi all'interno di un progetto comune, con ipotesi di interazione, di scambio e di sondaggio. Tornando a un tema che ho già toccato, desidero sottolineare una mia impressione: il territorio nazionale è diverso e probabilmente vanno studiate forme differenziate a seconda del tipo di articolazione geografica.

FILIPPO REBECCHINI, Presidente della FRT. Siamo d'accordo sulla possibilità di identificare forme di collaborazione con la Commissione. Ci attiveremo con le nostre associate, in particolare con quelle che dispongono di maggiori mezzi, per cercare di pubblicizzare il lavoro dei parlamentari. Lo stesso vale per quanto riguarda il nostro giornale che pubblichiamo mensilmente, *Radio-Tv notizie FRT*. A tutte le emittenti faremo presenti le esigenze scaturite in questa sede.

Non mi ha meravigliato la conoscenza del comparto dimostrata da parte degli onorevoli parlamentari; del resto, ho capito che questa esperienza deriva dal fatto che alcuni di loro provengono e « sono nati » in questo settore. Per quanto riguarda alcune delle affermazioni ascoltate, è verissima quella relativa all'esistenza di fenomeni di sfruttamento. Personalmente, posso citare il caso della televisione, di cui ho una conoscenza diretta: tenere in vita una redazione è costosissimo, se si vuole andare avanti ad un livello di ascolto possibile. Su questo piano, la RAI promuove una concorrenza irraggiungibile, con centinaia di giornalisti e con le strutture dalle dimensioni a tutti note.

Bisogna dire che le emittenti televisive situate nelle città più importanti costituiscono una scuola per la RAI: quando un qualsiasi operatore dell'informazione si è « fatto le ossa » — soprattutto se ha un parente o uno zio all'interno — trova subito una proposta di assunzione da parte della RAI-TV e ci lascia immediatamente. Nel nostro caso, sono cinque gli operatori, anche abbastanza conosciuti, che sono passati alla RAI. In sostanza, è molto difficile portare avanti una redazione televisiva in assenza di una normativa seria, che preveda anche congrui incentivi.

MICHELE MARTINELLI, *Rappresentante della FRT*. Figuratevi quanto è difficile la stessa cosa in ambito radiofonico.

LUCIANO CAVERI. Ma la radio costa meno !

MICHELE MARTINELLI, *Rappresentante della FRT*. Non è vero, se ci si riferisce anche agli introiti: anzi, in percentuale, costa di più della televisione, poiché gli investimenti coprono una parte più elevata del ritorno pubblicitario di risorse.

PRESIDENTE. State dicendo la stessa cosa, anche se da punti di vista differenti, ma è certo che le radio costano di meno.

MICHELE MARTINELLI, *Rappresentante della FRT*. Questo è vero in cifra assoluta, ma è difficile ragionare da tale punto di

vista. L'informazione delle radio private non è in concorrenza, per esempio, con quella della RAI: le emittenti private non possono disporre di *troupe* che si muovono sul territorio e devono accontentarsi di quello che hanno. Tuttavia, è certo che, in assenza della mediazione delle emittenti radiofoniche, molto difficilmente l'informazione arriverebbe ai giovani e gran parte di essa si fermerebbe nelle maglie più strette dei giornali e delle redazioni non dico dei TG1 o TG2, ma anche dei TG3 locali. In questo senso, ovviamente, bisogna anche parlare dell'utilizzo del volontariato; ma non bisogna scandalizzarsi per questo, perché molte delle segreterie politiche agiscono allo stesso modo e non credo che tutte le persone che si avvicinano alla politica per la prima volta vengano immediatamente inquadrati. È un prezzo che purtroppo quasi tutti devono pagare.

Per quanto concerne le leggi già esistenti nel settore della radiofonia, ho sentito citare quella relativa alle provvidenze. Attenzione: si tratta di provvidenze limitate all'attività di Radio radicale e non di altre emittenti. Non a caso i colleghi hanno detto che nessuno finora ha visto una lira.

CARLO DE GIACOMI, *Rappresentante del CORALLO*. I tempi burocratici sono lunghi !

MICHELE MARTINELLI, *Rappresentante della FRT*. Le radio che hanno presentato domanda per ottenere i contributi — sfido chiunque a dimostrare il contrario — sono mendaci, poiché nessuna di esse dedica all'informazione il 25 per cento dei propri spazi di programmazione. Quindi, bisogna dichiarare il falso per ottenere provvidenze ridicole. Non è possibile mettere gli imprenditori in queste condizioni !

GIANFRANCO TATEO, *Rappresentante della AER*. Questa affermazione è estremamente discutibile !

PRESIDENTE. Si tratta di opinioni divergenti.

MICHELE MARTINELLI, *Rappresentante della FRT*. Abbiate pazienza, ma esse devono dichiarare che il 25 per cento della propria programmazione è riservata all'informazione. Anzi, in questo ambito esiste tutto un fiorire di esercitazioni per dimostrare che cosa costituisca informazione e cosa non lo sia.

PRESIDENTE. La prego di tornare nel seminato, come suol dirsi.

MICHELE MARTINELLI, *Rappresentante della FRT*. Inoltre, le emittenti radiofoniche devono rinunciare – si tratta di imprese commerciali! – alla ripartizione degli utili per i cinque anni successivi all'ottenimento di un contributo pari al 50 per cento delle spese ENEL e SIP, di cui già godono tutte le normali imprese editrici.

Intendo dire che queste provvidenze sono riconosciute a qualunque giornale, mentre per le emittenti radiofoniche è previsto che rinuncino per cinque anni agli utili di esercizio; se tale trattamento è ritenuto giusto, non capisco perché non debba essere esteso anche alle imprese editrici o, in caso contrario, non venga eliminato anche per quelle radiofoniche. Non crediamo che il nostro settore sia inferiore o comunque diverso da quello editoriale.

L'ottenimento del contributo di cui ho parlato comprende il rimborso dell'80 per cento delle spese sostenute per l'abbonamento a tre agenzie di informazione.

Queste sono le condizioni poste dalla legge, ma l'unica emittente che ha ricevuto i contributi pubblici è stata Radio radiale.

PRESIDENTE. Dottor Martinelli, la invito ad attenersi all'argomento in discussione.

MICHELE MARTINELLI, *Rappresentante della FRT*. Quanto ho dichiarato è attinente al tema in discussione, in quanto, se non vengono predisposte condizioni precise a favore del settore radiofonico, non si possono pretendere forme di collaborazione; peraltro, il nostro è un settore nel quale

operano prevalentemente giovani, che rappresentano un elemento di interconnessione con le istituzioni.

PRESIDENTE. Non sono esattamente questi i termini del dibattito: lo spirito della nostra audizione non è quello del *do ut des*. La Commissione vuole conoscere le problematiche giovanili anche attraverso la vostra testimonianza, ma non possiamo limitarci a questo.

Desidero rassicurare i nostri ospiti che abbiamo seguito attentamente i loro interventi, che peraltro avranno ampia risonanza, dal momento che alcuni componenti di questa Commissione sono membri della Commissione cultura, anch'essa interessata, sia pure sotto altri profili, a conoscere le problematiche inerenti al mondo dell'informazione. Tuttavia, ribadisco che l'incontro di questa sera è mirato ad approfondire le questioni riguardanti la condizione giovanile.

ALFREDO SARLI, *Rappresentante delle Reti nazionali associate*. Vorrei sottoporre alla vostra attenzione ulteriori argomenti di riflessione, sia illustrando alcuni aspetti dell'organizzazione interna delle emittenti radiofoniche, sia chiarendo l'influenza che il messaggio, appunto, radiofonico esercita sugli ascoltatori.

Per quanto riguarda la prima questione, condivido le affermazioni dei colleghi secondo cui non si può parlare di sfruttamento né si dovrebbe ricorrere, peraltro impropriamente, a tale termine. Il problema potrebbe essere sintetizzato dalla nota espressione « il cane si morde la coda »; fin quando le imprese radiofoniche non saranno regolamentate da una normativa legislativa e non potranno contare su proventi certi, saranno costrette ad accettare la collaborazione volontaria di giovani o comunque forme di *part time*.

Mi sembra giusto spezzare una lancia a favore della magistratura, la quale peraltro ha supplito frequentemente alla funzione del legislatore, riconoscendo, con riferimento ad alcuni casi di *disk jockey* occupati a tempo pieno, l'esistenza di un rapporto di lavoro subordinato e non autonomo.

Per quanto riguarda il fronte degli ascoltatori, ritengo che il messaggio radiofonico abbia un impatto diretto, qualora assume addirittura la veste di uno *spot* pubblicitario. Ciò potrebbe favorire l'adozione di nuove iniziative, peraltro originali, sia con le istituzioni sia con altre associazioni interessate a lanciare, per esempio, una campagna contro l'AIDS. Sono convinto che da parte di molte associazioni, in particolare di quella che io rappresento, vi sia la più ampia disponibilità a prendere in considerazione questo tipo di iniziativa.

Nel precisare i nomi delle dieci emittenti radiofoniche aderenti all'associazione RNA - ho individuato in questo momento tra i miei appunti l'elenco completo - posso anticiparvi la loro risposta positiva ad individuare spazi per nuove forme di collaborazione, che cercheremo di favorire, non certo in un'ottica di *do ut des*.

Tra le radio commerciali hanno aderito alla RNA: Radio studio 105, Radio union international, Radio deejay, Gamma radio, Radio dimensione suono, Radio Montecarlo, Italia network, Teleradiostereo; tra quelle definite comunitarie si sono associate Radio radicale e Radio Maria.

PRESIDENTE. Può specificare qual è la loro sede?

ALFREDO SARLI, Rappresentante delle Reti nazionali associate. Hanno tutte sede a Milano, ad eccezione di Radio radicale, Teleradiostereo e Radio dimensione suono, che hanno sede a Roma; Radio Montecarlo è, invece, un'emittente estera che ha il suo centro di interessi - non è un mistero per nessuno - a Milano.

Per quanto riguarda l'influenza dei messaggi radiofonici sull'ascoltatore, mi permetto di suggerire alla vostra attenzione una riflessione: nell'ambito della comunicazione in un certo senso pubblicitaria, l'impatto del messaggio diretto e concordato per promuovere una campagna di propaganda è diverso dal cosiddetto messaggio indotto. Ritengo che, al di là dell'ipotesi di una rubrica specifica riguardante, per esempio, la formazione del

personale o un programma didattico culturale, non si possa in alcun modo interferire sull'ascoltatore. A tale proposito è senz'altro interessante l'osservazione dei colleghi della Federazione radio-televisioni, che hanno ricordato il caso delle *leaders' opinions* le quali riescono realmente ad esercitare un effetto, ma anche queste rientrano nell'ambito del messaggio diretto.

È mia opinione che la vostra ricerca dovrebbe essere indirizzata esclusivamente verso la televisione che trasmette, in alcuni casi, messaggi indotti estremamente pericolosi per i giovani. Chiedo scusa se proprio io, che professionalmente mi occupo di radiofonia, mi permetto di sottolineare questo punto, ma lo ritengo necessario per ribadire che forme di interferenza sull'ascoltatore non devono essere ricercate nel mondo dell'emittenza radiofonica. Infatti, non dobbiamo dimenticare che taluni programmi televisivi con scene di particolare violenza vengono trasmessi in orari ad elevata utenza.

Vorrei concludere ricordando quanto ha affermato un cabarettista alcuni giorni fa, cioè che non è vero che in determinate fasce orarie programmi di questo genere possono essere trasmessi perché i ragazzi sono già andati a dormire, ma è vero il contrario, in quanto sono gli anziani che si ritirano presto ed i giovani si intrattengono davanti al televisore, con gli occhi sbarrati, in attesa di programmi più allegri.

PRESIDENTE. Nel ringraziare vivamente i nostri ospiti per il contributo recato all'audizione, vorrei aggiungere che, secondo il mio punto di vista, le radio e le televisioni locali sono diventate circoli culturali nel cui interno si realizza una forma di partecipazione per così dire allargata, capace cioè di esprimere grandi potenzialità, alcune delle quali sono state indicate anche in questa sede, ma altre potrebbero essere sperimentate. Nell'ambito dell'apparato organizzativo di questa sorta di *club* culturale, i cui partecipanti sono attenti e sensibili alla realtà territoriale in cui operano, si inseriscono forme di volontariato che collaborano con la struttura portante.

A tale riguardo, vorrei lanciare una proposta provocatoria che, se condivisa, consentirebbe di soddisfare una vostra richiesta, ossia quella di migliorare la preparazione professionale del personale addetto: poiché questo finisce per costituire, secondo quanto ci avete riferito, una sorta di vivaio per le reti televisive, vorrei sapere se avete già sperimentato i mezzi che le regioni mettono a disposizione per la preparazione di personale qualificato.

Ritengo che avreste diritto di utilizzare le disponibilità del fondo sociale europeo, provvedendo direttamente all'organizzazione di corsi, demandando alle regioni la predisposizione dei programmi ed il controllo sulla loro attuazione; ciò vi consentirebbe, tra l'altro, di migliorare la preparazione professionale del personale attualmente alle vostre dipendenze. Si tratta di un'opportunità che in alcune regioni, fra le quali quella da cui provengo, è stata già sperimentata.

A mio avviso, questa proposta provocatoria potrebbe essere interpretata come un modo per assegnare maggiori spazi a nuovi indirizzi scolastici, ai docenti e ad iniziative promosse a livello locale. Possono essere stipulati protocolli regione per regione, ottenendo da un lato i mezzi per conseguire la formazione, la qualificazione e la riqualificazione del proprio personale, dall'altro la possibilità di offrire spazio alle scuole esistenti sul territorio, alle scuole

pubbliche, ai giovani organizzati nelle scuole, ai gruppi giovanili ed anche ai docenti, per interessanti sperimentazioni che dovrebbero essere condotte in questo ambito.

È un'idea come un'altra, è una esemplificazione, magari già sperimentata, di quanto ricco sia il potenziale di lavoro che l'informazione in generale e quella da voi rappresentata in particolare esprime rispetto all'universo giovanile.

Speriamo di poter collaborare, di ricevere sollecitazioni. Le radio « libere » sono sulla trincea: invito i rappresentanti ad « usarci » non soltanto per dare notizie di questa Commissione e proporla o segnalarla al rapporto coi giovani, ma anche nel senso di trasmetterci i fenomeni, le sensazioni che esse, avendo le loro sonde nel sociale, riescono a percepire.

La seduta termina alle 20,45.

*IL CONSIGLIERE CAPO DEL SERVIZIO
PREROGATIVE E IMMUNITÀ
DELLA CAMERA DEI DEPUTATI
DOTT. MAGDA MICHELA ZUCCO*

*Licenziato per la composizione e la stampa dal
Servizio Stenografia delle Commissioni e degli
Organi Collegiali il 24 gennaio 1990*

STABILIMENTI TIPOGRAFICI CARLO COLOMBO