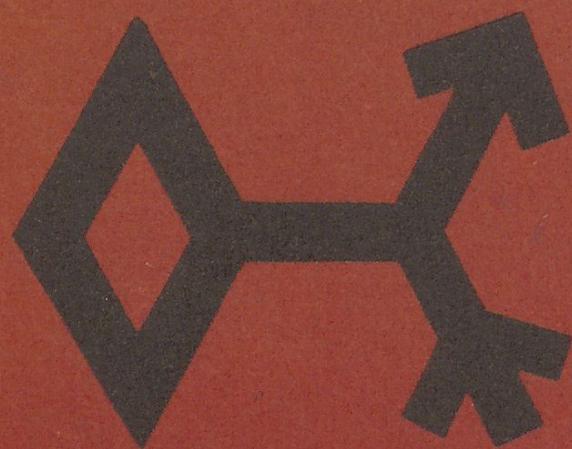


Edizioni di Cinema Nuovo

Cinema
Libro 1.



Qui, Studio One

La struttura, il funzionamento e i problemi della televisione americana visti dai maggiori specialisti del video negli Stati Uniti. Il codice della tv. "La trappola del coniglio", play di J. P. Miller.

4. IL CODICE DELLA T V

Premessa

La televisione si vede e si sente in ogni tipo di famiglia americana. Ci sono in queste famiglie bambini e adulti di tutte le età. Vi si trovano tutte le razze e varietà di fede religiosa e i più diversi livelli culturali. Dovere della tv è di ricordare continuamente che il pubblico è essenzialmente un pubblico familiare e che i rapporti della tv con gli spettatori sono simili a quelli tra ospite e padrone di casa.

I proventi della pubblicità stanno alla base del sistema americano tv fondato sulla libertà e la concorrenza, permettendo agli americani di godere i migliori programmi destinati all'informazione, all'istruzione, alla cultura e al divertimento. Gli enti televisivi sono responsabili per legge dei programmi emessi dalle loro stazioni. Sono tenuti inoltre a far sí che la loro responsabilità circa la bontà, la qualità e il buon gusto dei programmi sia sentita anche da quelli che

Ci è sembrato particolarmente interessante riportare qui alcuni dei brani più significativi del codice tv americano, proprio oggi che la tv statunitense si trova sotto processo per gli scandali che ne hanno rivelato la profonda corruzione. Ci si potrà così rendere conto che anche il codice più severo e particolareggiato ha ben poca efficacia quando la base su cui riposa l'intera struttura di questo nuovo mezzo di comunicazione è costituita dall'interesse personale e dalla pubblicità commerciale. Come già il codice Hays del cinema non è servito a bandire l'opera sostanzialmente immorale di un dato genere di film americani, così il presente codice, — adottato il 1° marzo 1952 dal Comitato direttivo tv della Nartb (National association of radio and television broadcasters: Associazione nazionale degli enti radio e televisivi) — non ha saputo fare della tv americana un efficace strumento per il miglioramento culturale e morale dei telespettatori, mentre ha costituito in moltissime occasioni una barriera insormontabile alla libera espressione dei pochi artisti televisivi.

collaborano alla loro produzione, comprese le reti di trasmissione, i finanziatori, i produttori di film e di riprese dal vivo, le agenzie pubblicitarie e le agenzie di collocamento.

Le ditte americane che si servono della tv per far arrivare la loro pubblicità nelle famiglie attraverso suoni e immagini viste senza costo di spesa sullo schermo domestico, debbono ricordare che la loro responsabilità non si limita alla vendita dei prodotti e alla creazione di un atteggiamento favorevole verso chi finanzia lo spettacolo. Devono sentire anche la responsabilità di servirsi della tv per portare nelle famiglie americane i programmi migliori, indipendentemente dall'argomento.

La tv e tutti quelli che vi collaborano hanno nei confronti del pubblico americano il dovere di tener conto delle esigenze particolari dei ragazzi, e debbono sentire la loro responsabilità verso la comunità, adoperandosi per migliorare l'istruzione e la cultura, dando programmi accettabili, prodotti in modo dignitoso, e corretti per quanto riguarda la pubblicità. Non basta che si abbia questa responsabilità in un determinato gruppo di programmi: essa deve farsi sentire attraverso un'elevata impostazione piena di rispetto per la famiglia americana e applicata in ogni momento a ogni programma presentato dalla tv.

Per far sí che i programmi servano nel modo migliore al pubblico interesse, si dovrebbero incoraggiare gli spettatori a far conoscere agli enti televisivi le loro critiche e i loro suggerimenti positivi. In particolare, bisognerebbe insistere presso i genitori perché richiedano che, nel ricco banchetto degli spettacoli televisivi, siano offerti all'attenzione dei loro figli i programmi migliori.

Miglioramento dell'istruzione e della cultura

1. *La tv commerciale offre un prezioso sussidio educativo e culturale alle scuole, agli istituti di cultura superiore, alle famiglie, alla Chiesa, ai musei, alle fondazioni e altre istituzioni affini.*

2. *L'ente televisivo ha il dovere di chieder consiglio e aiuto a tali istituzioni e di collaborare con esse nella ricerca dei metodi migliori per presentare materiale educativo e culturale. Le stazioni, le reti, le agenzie di pubblicità e i finanziatori debbono inoltre cercare ogni possibile occasione per introdurre nelle trasmissioni elementi di realtà capaci d'illuminare il pubblico americano.*

3. *Per educazione attraverso la televisione s'intende il processo per cui l'individuo è portato con l'istruzione ad ambientarsi nella società in cui vive. La tv deve inoltre preoccuparsi di presentare programmi decisamente istruttivi e culturali, trasmessi in ore in cui possano vederli gli spettatori naturalmente attirati verso programmi del genere e fatti in modo da interessare il più largo pubblico possibile.*

4. *Per attuare queste cose, l'ente televisivo dovrebbe:*

a. *conoscere bene le esigenze e i desideri d'informazione e di cultura della comunità che serve.*

b. *far conoscere in modo positivo le istituzioni educative e culturali serie e responsabili della comunità, allo scopo di dare agli spettatori maggiori possibilità d'istruzione e di chiarificazione.*

c. *Compiere con prudenza esperimenti per lo sviluppo di programmi diretti specificamente al miglioramento della cultura e dell'istruzione della comunità.*

Contenuto dei programmi

Il contenuto dei programmi dovrebbe ampliare gli orizzonti degli spettatori, offrir loro un sano divertimento, trasmettere stimoli positivi, e ricordare le responsabilità che i cittadini hanno verso la società. Inoltre:

a. *Sono proibite le bestemmie, le parole oscene, sporche e volgari, anche quando possano essere capite soltanto da una parte del pubblico. Accade che di quando in quando parole prima accettabili acquistino significati non desiderabili, e gli enti televisivi dovrebbero stare attenti per eliminarle in tempo.*

Sono proibite le parole (specialmente di gergo) che mettano in ridicolo qualsiasi razza, colore, credo religioso, nazionalità attuale o d'origine, tranne in quei casi in cui la cosa possa servire a uno scopo specifico di efficace drammatizzazione per combattere i pregiudizi, anche quando possano essere capite soltanto da una parte del pubblico.

Il Comitato per la revisione del codice tv dovrebbe tenere aggiornata e inviare agli abbonati di quando in quando una lista di parole e frasi specifiche che, per rispetto a quanto detto, dovrebbero venir evitate. La lista non deve però essere considerata completa in modo assoluto.

b. *Non sono permessi attacchi alla religione e a fedi religiose.*

Si deve usare un atteggiamento rispettoso ogni volta che si menziona il nome di Dio, i Suoi attributi e la Sua potenza.

Quando si trasmettono riti religiosi che non siano nei regolari programmi religiosi, tali riti devono essere presentati con fedeltà, e i sacerdoti, preti e rabbini, presentati nell'esercizio della loro professione, debbono conservare la dignità propria del loro ufficio e in nessun caso essere messi in ridicolo.

c. I programmi a premi non debbono avere carattere di lotteria.

Si eviti ogni trasmissione che abbia per scopo di « guadagnarsi » il pubblico televisivo chiedendogli di ascoltare o guardare nella speranza di un compenso, anziché per la qualità del programma.

d. Si rispetti la santità del matrimonio e i valori familiari. Non si tratti il divorzio in modo superficiale né lo si giustifichi come soluzione ai problemi coniugali.

e. Non si presentino in luce favorevole rapporti sessuali illeciti.

f. Delitti e perversioni sessuali sono in genere da evitare.

g. Non si presenti mai in modo attraente ed esaltante l'ubriachezza o l'abitudine alle droghe.

h. Non si rappresenti lo spaccio illegale delle droghe.

i. Si riduca al minimo l'uso dell'alcool nei programmi. Quando non sia richiesto dall'intreccio o dalla caratterizzazione di un personaggio, è meglio non mostrare l'uso dell'alcool nella vita americana.

j. La presentazione di giochi d'azzardo e di scommesse necessaria allo sviluppo dell'intreccio o come opportuno sfondo è lecita soltanto quando venga fatta con discrezione e moderazione e in modo da non eccitare o alimentare l'interesse per le scommesse, e quando non si diano troppe informazioni sull'argomento. Le trasmissioni di manifestazioni sportive in cui la scommessa è permessa dalla legge dovrebbero essere presentate tenendo conto delle leggi federali, statali e locali, e accentuando il loro aspetto di fatto sportivo pubblico.

k. Per quello che riguarda malattie e deformità fisiche e mentali si usino precauzioni particolari per evitare di mettere in ridicolo quelli che soffrono di malattie analoghe, offendendo loro o i membri delle loro famiglie.

l. È lecito mostrare esibizioni di indovini, astrologi, frenologi, chiromanti e cartomanti solo quando sia richiesto dall'intreccio o dal tema del programma; e la presentazione dev'essere fatta in modo da non alimentare la superstizione o suscitare l'interesse o la credenza in simili cose.

m. Il dramma tv non deve presentare in modo artefatto notizie o fatti speciali in modo da creare equivoci o preoccupazioni.

n. I consigli legali, medici e di altre professioni, diagnosi e cure sono permessi soltanto entro i limiti riconosciuti dalla legge e dalle comuni regole etiche e professionali.

o. Si eviti di presentare crudeltà, avidità ed egoismo come motivi leciti.

p. Non si presenti come lodevole l'eccessivo e ingiusto sfruttamento del prossimo o dei suoi difetti fisici o mentali.

q. La delinquenza sia presentata sotto colori che la rendano indesiderabile e ripugnante. Non è lecito esporre in modo frivolo, cinico o indifferente l'assoluzione dal delitto o il modo in cui è stato commesso.

r. Si eviti di presentare la tecnica del delitto con particolari che invitino all'imitazione.

s. Si elimini l'uso dell'orrido fine a se stesso; non è ammissibile servirsi di effetti visivi o auditivi che possano urtare o spaventare lo spettatore, e neanche rappresentare in modo particolareggiato scene di brutalità o di sofferenza fisica per mezzo dell'immagine o del suono.

t. Si esalti il valore della legge, e quelli che la amministrano siano rappresentati in modo rispettoso e dignitoso.

u. Non si presenti il delitto o la vendetta come motivo del delitto in modo da renderli giustificabili.

v. È proibito presentare il suicidio come soluzione lecita dei problemi umani.

w. Si eviti la rappresentazione di delitti sessuali.

x. La figura o le imprese di persone comparse realmente nella cronaca nera sono permesse solo quando possano aiutare l'applicazione della legge o fornire una notizia.

y. Come trattare gli animali. L'uso di animali tanto nella produzione quanto nella partecipazione ai programmi tv deve conformarsi in ogni caso alle elementari regole di umanità.

Responsabilità verso i ragazzi

1. Per educare i ragazzi occorre dar loro un senso del mondo nel suo complesso. Il delitto, la violenza e il sesso fanno parte del mondo in cui dovranno vivere: e fino a un certo punto una presentazione di tali cose può servire a orientarli nel loro ambiente sociale. Si badi però a non presentare la violenza e gli illeciti rapporti sessuali in modo attraente, né con tanta ampiezza da far credere al ragazzo ch'essi rappresentino nella vita una parte maggiore di quella che realmente hanno. Non dovrebbero mai mancare indicazioni circa il premio o il castigo che ne risulta.

2. Non basta che siano adatti ai giovani e agli immaturi solo i programmi destinati ai ragazzi. La televisione deve preoccuparsi di far sì che qualsiasi programma trasmesso nelle ore in cui si presume che un bambino possa normalmente assistervi, sia particolarmente cauto sui seguenti punti:

a. offrire possibilità di sviluppo culturale oltre che di sano divertimento.

b. presentare programmi atti ad alimentare e promuovere gli ideali morali sociali ed etici accettati comunemente e caratteristici della vita americana.

c. instillare il rispetto per i genitori, per la rettitudine e per le autorità costituite della società americana.

d. evitare ogni accenno a ratti o a minacce di ratti di bambini.

c. eliminare i temi eccessivamente violenti che potrebbero creare nei bambini stati morbosi di ansia o altre reazioni poco desiderabili.

f. essere particolarmente cauto e prudente nel presentare episodi di delitto o « gialli » che abbiano come protagonisti bambini o minorenni.

Decenza e decoro nella produzione

1. L'abbigliamento di tutti gli attori deve rispettare le leggi della decenza ed evitare l'esibizione o l'eccessivo accento dato a particolari anatomici che potrebbero mettere nell'imbarazzo o urtare il pubblico familiare.

2. I gesti di ballerini, attori o altri esecutori debbono essere tenuti nei limiti della decenza, e chi recita non deve mai assumere atteggiamenti che possano suggerire sguaiataggine e indecenza.

3. Le angolazioni della camera debbono evitare di accentuare in modo indecente, nell'inquadrare gli attori, certi particolari anatomici.

4. I tipi razziali o nazionali non debbono essere rappresentati alla televisione in modo da mettere in ridicolo la razza o la nazionalità.

5. La presentazione di ambienti strettamente legati alla vita o al peccato sessuale dev'esser fatta con molto buon gusto e delicatezza.

Responsabilità sociale

Un ente televisivo e i suoi dirigenti hanno una responsabilità verso la comunità; debbono quindi sforzarsi coscienziosamente di ben conoscere i bisogni e le caratteristiche allo scopo di meglio giovare al benessere dei cittadini.

Presentazione di notizie e pubblici avvenimenti

Notizie

1. Le trasmissioni di notizie d'una stazione televisiva devono essere sufficienti e bene equilibrate.

2. Le notizie debbono essere date in modo obiettivamente preciso, onestamente e senza deformazioni di tendenza.

3. Il commento e l'analisi dei fatti devono esser presentati in modo che li si possa chiaramente identificare come tali.

4. Si dovrebbe sempre rispettare il buon gusto nella scelta e nella presentazione delle notizie:

Evitare particolari morbosi, sensazionali o paurosi quando non siano essenziali alla presentazione dei fatti, specie quando si tratti di delitti o di perversioni sessuali; trasmettere le notizie in modo da evitare ogni panico o allarme ingiustificato.

5. Il materiale visivo e verbale sia per le notizie sia per il commento dovrebbe essere conforme alle esigenze espresse negli altri paragrafi ovunque siano ragionevolmente applicabili.

6. Il materiale visivo dovrebbe essere scelto con cura e non presentato in modo da creare equivoci.

7. Un ente televisivo dovrebbe seguire con la massima cura e attenzione il contenuto, la forma e la presentazione dei notiziari emessi dalla sua stazione e anche la scelta dei presentatori, dei commentatori e dei saggisti.

8. Un ente televisivo dovrebbe esercitare un certo criterio nell'accettare, collocare e presentare la pubblicità nei notiziari in modo che si possa distinguere chiaramente la pubblicità dalle notizie.

9. Un ente televisivo non dovrebbe presentare fatti immaginari o altro materiale non reale come notizie e fatti veri, né permettere che in un programma si rappresentino scene drammatiche capaci di dar la falsa impressione che si tratti d'una notizia reale. Le brevi comunicazioni (presentate in modo verbale o visivo) come « notizia lampo » o « bollettino », e annunci come « interrompiamo questo programma per dirvi... » dovrebbero essere riservati in modo specifico ai notiziari. Un ente televisivo può tuttavia usare con la dovuta discrezione, in programmi che non siano notiziari, parole o frasi le quali non implicino necessariamente che quanto viene dopo sia una trasmissione di notizie.

Avvenimenti pubblici

1. Un ente televisivo ha il dovere di essere sempre al corrente dei pubblici avvenimenti e di fornirsi dei dati necessari per informare e illuminare la cittadinanza.

2. Data la natura dei fatti noti al pubblico, un ente televisivo deve trattarli con ampiezza d'informazione adeguata e sufficiente e presentarli con buon gusto.

Problemi pubblici oggetto di controversia

1. La tv offre un prezioso arengo in cui si possono esprimere idee serie sui problemi pubblici di natura controversa. L'ente televisivo dovrebbe quindi ricercare e sviluppare con individui, gruppi e organizzazioni competenti programmi che trattino pubblici problemi soggetti a controversia e che interessino i cittadini: e rappresentare onestamente i lati opposti delle questioni, che hanno importanza per la vita o il benessere di buona parte del pubblico.

2. Nel fissare il tempo dedicato a questo scopo bisognerebbe seguire questi principi:

a. Considerare le richieste di tempo di trasmissione fatte da individui, gruppi od organizzazioni per discutere le loro opinioni su problemi pubblici controversi sulla base dei loro meriti individuali e alla luce del contributo che le trasmissioni possono dare al pubblico interesse e anche alla struttura di un programma ben equilibrato.

b. I programmi dedicati alla discussione di problemi pubblici controversi dovrebbero essere presentati come tali e non in modo da indurre gli ascoltatori o spettatori a credere che si tratti semplicemente d'un programma di divertimento, d'informazione o d'altro tipo.

Trasmissioni politiche

La trasmissione di carattere politico dovrebbero essere presentate dall'ente televisivo chiaramente come tali, e non in modo da indurre gli ascoltatori o gli spettatori a credere che si tratti d'un programma d'altro genere.

Presentazione della pubblicità

1. *Sempre tenendo presente il posto di ospite familiare che occupa la televisione, un ente televisivo dovrebbe sorvegliare con incessante attenzione la forma in cui viene presentato per suo tramite il materiale pubblicitario. Essendo la tv un mezzo in via di sviluppo, che comporta metodi e tecniche diversi da quelli della radio, sarà opportuno rivedere e revisionare di quando in quando le regole qui sotto suggerite:*

a. *I testi pubblicitari debbono essere presentati con garbo e con buon gusto; si evitino gli elementi che possono urtare o annoiare; si faccia ogni sforzo per mantenere il testo pubblicitario in armonia col contenuto e il tono generale del programma in cui appare.*

b. *I testi pubblicitari di un finanziatore non dovrebbero uscire dai limiti del quadro del programma avanzato. Un ente televisivo dovrebbe evitare l'uso di annunci commerciali distaccati dal programma o perché ne precedono l'introduzione o perché ne seguono la chiusura. A questo scopo il programma dovrebbe essere annunciato e chiaramente identificato, sia con l'audio, sia col video, prima che si usi il materiale pubblicitario del finanziatore e allo stesso modo dovrebbe esserne segnalata la fine.*

c. *I testi pubblicitari non debbono contenere nulla inteso a deprezzare concorrenti, prodotti affini o altre industrie, professioni o istituzioni.*

d. *Essendo la pubblicità tv una tecnica dinamica, l'ente televisivo dovrebbe tenere sotto sorveglianza le nuove trovate pubblicitarie per impedire che vengano meno allo spirito e allo scopo di queste regole.*

e. *Gli enti televisivi dovrebbero esercitare al massimo la loro attenzione e la loro cura circa il materiale pubblicitario (contenuto, posizione e presentazione) che si trasmette a poca distanza dai programmi per i ragazzi. Nessuna fretta superficiale dovrebbe far dimenticare la fondamentale responsabilità che ha la televisione verso i bambini e gli adolescenti e che dev'essere riconosciuta e accettata da tutti quelli che della tv si servono per la loro pubblicità.*

f. *Quelli che si servono della televisione per la loro pubblicità dovrebbero essere incoraggiati a dedicare una parte del testo e del tempo loro concesso a sostenere cause onorevoli nel pubblico interesse in armonia coi più alti ideali del sistema di libera concorrenza.*

g. *Non si ritiene opportuno far pagare le chiese e le congregazioni religiose per le trasmissioni televisive.*

Quale pubblicità e di quali prodotti si può accettare

1. *Un ente televisivo commerciale si presta alla pubblicità di prodotti e servizi e accetta presentazioni commerciali a scopo di pubblicità. Tuttavia, cosciente della sua responsabilità verso il pubblico, un ente televisivo dovrebbe rifiutare l'uso della sua stazione a un inserzionista quando abbia buone ragioni per dubitare della sua onestà, della verità di quanto dice nei suoi testi o del rispetto dell'inserzionista verso lo spirito e lo scopo della legge. Inoltre, in considerazione delle leggi e delle usanze della comunità che serve ogni ente televisivo dovrebbe rifiutare l'uso delle proprie stazioni per la pubblicità di prodotti e di servizi o di testi pubblicitari che crede non accettabili da una parte importante e responsabile della comunità. Tali principi dovrebbero essere applicati con discernimento ed elasticità, prendendo in considerazione le caratteristiche del mezzo e la forma e il contenuto della particolare trasmissione. In genere, essendo la televisione fatta per la casa e la famiglia, compresi i bambini, si dovrebbe tener conto dei presenti principi:*

a. *Non si accetti pubblicità di bevande alcoliche.*

b. *Si accetti la pubblicità di birre e vini solo quando sia presentata con molto buon gusto e discrezione e in perfetto accordo con le leggi federali e locali.*

c. *Inaccettabili sono in genere le pubblicità fatte da istituzioni o imprese che nelle loro offerte di corsi d'istruzione contengono promesse di impiego o esagerano le possibilità che si presenteranno a quelli che si iscrivono ai corsi.*

d. *Soltanto quando siano in accordo con le leggi federali e locali si potranno accettare pubblicità di armi da fuoco e di fuochi artificiali.*

e. *Non si accettino pubblicità di indovini, cultori di scienze occulte, spiritisti, astrologi, frenologi, chiromanti e cartomanti, lettori del pensiero o grafologi.*

f. *Siccome tutti i prodotti di natura personale creano problemi speciali, tali prodotti, qualora vengano accettati, dovrebbero essere trattati tenendo in particolare considerazione l'etica e i canoni del buon gusto; non è tuttavia accettabile la pubblicità di prodotti intimamente personali, di cui si ritiene in genere scorretto parlare in pubblico quando vi siano persone di sesso diverso.*

g. *Non si accettino pubblicità di pubblicazioni che danno indicazioni su possibili esiti delle corse o stimolino comunque la passione delle scommesse e delle lotterie.*

Pubblicità di prodotti farmaceutici

La pubblicità di prodotti farmaceutici può avere conseguenze di grande e intima importanza per il consumatore e si dovrebbero pertanto seguire alcuni principi:

a. *Un ente televisivo non dovrebbe accettare materiale pubblicitario che a suo parere descriva in modo offensivo o esageratamente drammatico*

la sofferenza o situazioni morbose legate alle malattie, sia con le parole, sia col suono, sia con effetti visivi.

b. Data la natura personale della pubblicità dei prodotti farmaceutici non si dovrebbero accettare affermazioni nel senso che un prodotto darà una vera guarigione né usare indiscriminatamente parole come « sicuro », « senza rischio », « innocuo », o termini del genere.

Concorsi a premi

1. I concorsi a premi dovrebbero offrire a tutti i concorrenti la possibilità di vincere sulla base dell'abilità e della prontezza piuttosto che del caso.

2. Tutti i particolari del concorso, comprese le regole, le norme d'accettazione, l'apertura e la chiusura, dovrebbero essere annunciati o trasmessi in modo chiaro e completo o facilmente accessibile al pubblico degli spettatori e i nomi dei vincitori dovrebbero essere annunciati e i premi assegnati il più presto possibile dopo la chiusura del concorso.

3. Quando si accetta una pubblicità che chiede ai concorrenti di mostrare di conoscere il prodotto o altre prove di averlo acquistato, si dovrebbero mettere a loro disposizione dei facsimili.