

L'estate non è certo stagione che favorisce le rivoluzioni, e, in Italia, poi, le modificazioni dello scenario mediale vanno misurate su basi annuali, o quinquennali, piuttosto che stagionali. Piccoli segnali controcorrente di AgCom, ma lo scenario resta... statico-stagnante, a partire dall'affossamento della Rai per arrivare alla perdurante incertezza sul mercato delle Tv locali

Una tranquilla estate mediale...

Angelo Zaccone Teodosi (*)

Intitolavamo l'edizione del giugno 2005 dell'Osservatorio Isicult/Millecanali "Il pantano mediale italiano" e con piacere abbiamo scoperto di aver sedotto qualche lettore in più rispetto agli abituali trenta, al punto tale da essere invitati, insieme a Francesco Siliato (qualificato mediologo, nonché uno dei massimi esperti di analisi delle audience in Italia, curatore della rubrica "Zapping" sulle colonne del quotidiano confindustriale "Il Sole - 24 Ore"), ad una trasmissione radiofonica, "T.i.p.i.", di Vincenzo Masotti, giornalista della Rtsi - Radio Televisione della Svizzera Italiana (cu-

ratore di programmi come "Multi-media", "Il sommergibile", "Mille-voci nella notte - Matrix"...), emittente le cui onde sconfinano fino alle province più settentrionali della Lombardia.

La trasmissione era intitolata "La post-televisione" ed è andata in onda il 15 luglio. Dato il nostro frequente status di "vox clamans in deserto", è gratificante - confessiamo

- registrare sensibilità di questo tipo, certamente marginali rispetto ai grandi numeri delle audience televisive, ma determinate da un livello di consenso forse maggiore, anche se spesso strisciante e sotterraneo, rispetto a quel che potrebbe sembrare in apparenza.

In effetti, e senza particolari autocompiacimenti, ci sembra che siano proprio pochi i "dissidenti" ovvero i "dissenziati", rispetto al "coro" degli entusiasti della "grande rivoluzione" del digitale terrestre, e, in generale, dei simpatizzanti dell'assetto attuale (storico, da almeno vent'anni) del sistema mediale nazionale. Lo scenario non è così fosco come lo disegnano i teorici del "pensiero unico" (Maselli & Bertinotti), ma certamente l'informazione critica sul sistema dei media, in Italia, registra poche voci indipendenti e pugnaci.

Qualche osservazione critica si può leggere sulle colonne del quotidiano specializzato "Punto.com", quasi mai invece sulle colonne del mensile "Prima Comunicazione"; sempre attenta la penna indipendente di Marco Mele sul "Sole", senza curarsi di disturbare ministri ed altri manovratori; ma forse le considerazioni più caustiche sull'assetto at-



Un quinquennio di analisi. Angelo Zaccone Teodosi di Isicult cura questo Osservatorio su Millecanali da ormai quasi cinque anni (l'anniversario sarà ad ottobre).

tuale del sistema tv vanno ricercate sul “blog” che Francesco Siliato cura, appoggiandosi al sito dell’amico Raffaele Barberio, fondatore e direttore di www.key4biz.it (il maggiore portale italiano di news sul sistema delle telecomunicazioni e dei media).

Consigliamo vivamente a tutti coloro che cercano letture anticonformiste, e comunque non appiattite, del sistema mediale italiano, di consultare quotidianamente il blog di Siliato, che è veramente una miniera di informazioni ed analisi. Un florilegio? Ecco cosa scrive Siliato il 7 luglio, quando circola la notizia della possibile presidenza Rai affidata al presidente dell’Upa Malgara: “Il solo pensare di indicare a Presidente della concessionaria pubblica il Presidente degli utenti di pubblicità è sintomo dell’avanzato stato di malattia mental-ideologica da cui sono affetti gran parte dei nostri governanti, e complici gli altri che al Governo partecipano”.

Come non condividere, data l’accretata patologia della politica mediale italiana, anche in questa ennesima quasi incredibile manifestazione?

Piccoli segnali di pluralismo potenziale

L’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni ha assunto una posizione non esattamente filo-Mediatset, rispetto alla querelle sui cosiddetti “minispot”: oltre al divieto di trasmetterli se non nei “momenti” previsti (le “interruzioni che prevedano il recupero del tempo da parte dell’arbitro”), è stato introdotto un “tetto”, nell’ordine di non più di 6 minispot per 6 mesi, che divengono 4 a regime. È una decisione che evidenzia un atteggiamento meno passivo di AgCom nei confronti dei “poteri forti” (come definire altrimenti Mediaset & Governo? E che il quartetto si chiami Gasparri-Innocenzi-Baldini-Pilati ovvero Landolfi-Romani-Baldini-Innocenzi poco cambia...), ed è un segnale senza dubbio innovativo.

Dato che l’agenda di AgCom è ben affollata di questioni delicatissime, auguriamoci che esse vengano affrontate con spirito degno del ruolo istituzionale che una “authority” veramente indipendente deve saper dimostrare. Si ricordi la questione del “misuratore” quantitativo del sistema televisivo: l’Auditel. AgCom sembra voler intervenire a livello di correzione della “governance” della società, ma la materia appare veramente complessa ed intricata, per il conflitto tra interesse pubblico e libertà d’impresa... Da registrare le posizioni ipercritiche dell’associazione Aeranti-Corallo, che rappresenta ben 312 emittenti televisive locali e che considera Auditel uno strumento castrante le potenzialità pubblicitarie di questo segmento del mercato.

In altre parole, l’Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni saprà finalmente assumere quel ruolo di garante indipendente che la legge le ha assegnato?

Una conferma di questo “nuovo corso” la si potrebbe avere dalla novella relazione annuale al Parlamento, ma – dalle anticipazioni di cui siamo entrati in possesso (questa edi-

zione di “Millecanali” viene chiusa in tipografia il 20 luglio, e la relazione viene presentata in pompa magna il 21 luglio) – si nutre l’impressione che, ancora una volta, essa si ponga come strumento di documentazione senza dubbio utile, ma con ben poco mordente. Anzi, per giocare semanticamente con il significato duplice del termine, ricordiamo che “mordente”, secondo lo Zingarelli, può essere la definizione di uno “spirito combattivo o aggressivo”, ma anche – nello slang musicale – un “abbellimento musicale che si realizza alternando rapidamente alla nota reale la nota immediatamente superiore o inferiore e tornando poi alla nota reale”.

Insomma, la relazione annuale AgCom, con la sua musicalità ecumenica, è spesso stata un’occasione di descrizione positiva ed ottimista dell’esistente e non uno strumento di analisi critica del sistema. Chissà se Calabrò, che – nominato il 9 maggio – si sarà trovata la bozza bella e pronta sulla sua scrivania, avrà avuto voglia e chance di stilare almeno una “prefazione”, prendendo le distanze rispetto alla precedente gestione...

La stagnazione Rai

Se l’Italia fosse un Paese normale, la situazione della Rai determinerebbe manifestazioni di piazza ed una politica delle opposizioni certamente più... oppositiva di quanto non emerga. Le prese di posizioni si sprecano (in particolare, il responsabile comunicazione e cultura di Rifondazione Comunista, Sergio Bellucci, persona squisita ed appassionata, produce un paio di comunicati stampa a settimana, ma spesso non vengono ripresi nemmeno da “Liberazione”...). Nelle aule del Parlamento, però, si assiste spesso a balletti deprimenti, come in occasione delle nomine dell’AgCom (definite dalla deputata repubblicana Carla Mazzuca un “patto scellerato”) e della Rai.



La Tv pubblica arranca... Il direttore generale della Rai Flavio Cattaneo interviene via video al tradizionale incontro Sipra nell’ambito del Festival della Pubblicità 2005 (Lions) di Cannes.



Un duro confronto sul mercato televisivo. Due noti personaggi di RaiUno. La prima rete pubblica fatica molto a reggere il primato che aveva finora, più o meno, mantenuto nel tempo.

La situazione Rai è semplicemente scandalosa: la privatizzazione è divenuta quasi una burla e la nomina del Presidente viene rimandata, nella piena coscienza di Governo & Mediaset – crediamo – che mantenere la Tv pubblica in questa situazione di incertezza determina un solo vantaggio, il lento e continuo rafforzamento del suo principale “competitor”.

Il resto – diciamo così – sono chiacchiere, cicaleccio, infingimenti, quel “balletto della politica” che Berlusconi ha più volte esecrato. Apparentemente. Finendo per riprodurlo, forse addirittura peggiorandolo.

Pulcinella, Arlecchino, Gasparri...

L'Italia è notoriamente il Paese di Pulcinella e di Arlecchino, e... della Gasparri. Il 25 luglio 2005, formalmente, sono decadute le concessioni e le autorizzazioni a trasmettere delle tv private nazionali e locali. Mentre scriviamo queste righe mancano 4 giorni a questa data “epocale”, ma siamo disponibili a scommettere cifre consistenti che nulla cambierà e che lo scenario televisivo italiano, il 26 luglio 2005, ma forse il 26 luglio 2006, sarà sostanzialmente immutato.

Entro il 25 luglio 2005, le emittenti hanno dovuto inviare la domanda per prolungare il proprio titolo fino alla scadenza di legge per la conversione definitiva al digitale. Quindi,

le concessioni saranno rinnovate sino al 31 dicembre 2006. Tutti prevedono che tale termine verrà a sua volta prorogato, forse a fine anno, forse a pochi mesi o giorni dalla scadenza. Si tratta, insomma, di una proroga temporale molto consistente.

La legge Gasparri la concede ai “soggetti che già trasmettano contemporaneamente in tecnica digitale e, se emittenti nazionali, con una copertura in tecnica digitale di almeno il 50% della popolazione”. Cosa si-

gnifici quel “contemporaneamente” non è univoco. Se la legge prevede il passaggio definitivo al digitale dopo 17 mesi dal luglio 2005, logica vorrebbe che si pensi alla trasmissione dello stesso canale sia in analogico sia in digitale, ma il Ministero delle Comunicazioni ha assunto il 25 giugno una posizione diversa: basterà infatti trasmettere 24 ore alla settimana in digitale (poco più di 3 ore al giorno), escluse le repliche e le immagini fisse; le Tv locali potranno farlo anche da un solo impianto, non avendo obblighi di copertura della popolazione. Si avrà così diritto al prolungamento della concessione e dell'autorizzazione. Del resto, all'articolo 23, la Gasparri già prevede una sanatoria delle Tv esistenti, comprese quelle senza alcun titolo a trasmettere. Basterà, insomma, mandare in onda un programma digitale per alcune ore del giorno, ovvero della notte. La sostanza, insomma, non cambia: fatta la legge, trovato l'inganno. Again, “nihil novi...”, nell'Italia di Arlecchino, Pulcinella e Gasparri. **MC**

(*) Angelo Zaccone Teodosi, consulente specializzato sui media e sulle politiche culturali, giornalista, già direttore dell'ufficio studi Anica e consigliere di amministrazione di Cinecittà, presiede IsICult dal 2001 (fino ad allora, IsICult è stato presieduto da Francesca Medolago Albani, co-fondatore con Zaccone dell'Istituto); è stato professore a contratto presso la Facoltà di Scienze della Comunicazione di Roma dell'Università di Roma “La Sapienza”. L'Istituto italiano per l'Industria Culturale - IsICult è un centro di ricerca indipendente, specializzato da oltre un decennio nell'economia dei media e nella politica culturale. Tra i committenti degli ultimi anni: Rai, Mediaset, Uer, Mpa, AgCom, Apt, il Comune di Roma. Tra le ricerche pubblicate (dirette da Zaccone e Medolago), “Per fare spettacolo in Europa. Manuale per gli operatori italiani dello spettacolo, dell'audiovisivo e dell'industria culturale” (Die - Presidenza del Consiglio dei Ministri, 1997, su cd-rom; con Valeria Santori), “Con lo Stato e con il mercato? Verso nuovi modelli di televisione pubblica nel mondo” (Mondadori, 2000), “Mercanti di (bi)sogni: politica e economia dei gruppi mediali europei” (Sperling & Kupfer - Rti, 2004; con Flavia Barca). Dal 2003, IsICult realizza un Osservatorio sulle Tv Pubbliche Europee, su commissione Rai (nel maggio 2004, un estratto in inglese di questa ricerca è stato pubblicato dalla britannica ‘Screen Digest’) ed un Osservatorio sulle Tv Mediterranee ed Arabe. L'Osservatorio IsICult / Millecanali, laboratorio di analisi sulla tv ed i media, è stato attivato, curato da Zaccone e Medolago, nell'ottobre del 2000 (vedi “Millecanali” n° 294). IsICult, Palazzo Taverna, Via di Monte Giordano 36, 00186 Roma. Tel./fax (39) 06/6892344 - info@isicult.it - www.isicult.it.