

Sovranismo culturale e sovranismo digitale convergono: rivendicare italianità, nei prodotti artistici e nel controllo degli algoritmi.

Questa edizione della rubrica “*ilprincipenudo*” che l'**Istituto italiano per l'Industria Culturale** - [IsiCult](#) cura per il quotidiano online “Key4biz” s'avvia con la logica del metodo induttivo, passando dal “particolare” al “generale”: se ieri su queste colonne proponevamo di avviare una riflessione sul risultato - disastroso - dei film italiani nel “box office” cinematografico nel mese di giugno (soltanto il 7 % del totale! vedi “Key4biz” del 6 luglio 2023, “[Cinema italiano a picco: solo il 7 % del “box office” ma qualcuno sorride](#)”), abbiamo ritenuto di “agganciare” questo dato ad un'altra informazione “particolare”, anch'essa ignorata da quasi tutti i media mesi fa... A fine gennaio 2023, sul [sito web del Mei](#) (*Meeting delle Etichette Indipendenti*), è stato pubblicato un calcolo che segnalava come su 28 canzoni selezionate per il *Festival di Sanremo* (su 1.200 proposte) soltanto 4 fossero prodotte da società discografiche italiane (**Sugar, Carosello, Ultimo, Cose di Musica**) a fronte delle 28 prodotte dalle “major” (**Sony 13, Universal 8, Warner 2...**).

Sia consentito il parallelo, seppur ardito...

Cosa ha fatto e cosa sta facendo il Governo per difendere l'“italianità” del sistema culturale nazionale?

La domanda è retorica soltanto in apparenza: se è vero che i governi di centro-sinistra hanno sostanzialmente accolto una *Weltanschauung* di tipo cosmopolita e globalista, liberista e neo-capitalista, una delle radici storiche della cultura di centro-destra è basata giustappunto sulla rivendicazione dell'orgoglio nazionale, delle tradizioni e del passato...

Come non ricordare comunque, in questo ragionamento, la battaglia condotta, ormai secoli fa, dalla stessa sinistra italiana, a favore delle “**quote obbligatorie**” di produzione nazionale nell'offerta di audiovisivo da parte delle emittenti televisive?!

Nel corso degli anni, la stessa “sinistra culturale” italiana ha allentato questa battaglia, quasi fosse divenuta di retroguardia rispetto ad una “vision” internazionalista.

Come dire?! “*È la globalizzazione, baby*”: ci si deve rassegnare alle **logiche globaliste del turbo-capitalismo...**

Il “mercato” regna indisturbato e le sue regole le dettano le multinazionali. Anche nel sistema culturale.

Questa fenomenologia la si riscontra nel “**micro**” e nel “**macro**”: lamentavamo, anche su queste colonne, che l’aver affidato il sostegno pubblico al cinema ed all’audiovisivo ad uno strumento “neutro” - ovvero funzionale alle logiche di mercato - qual è il “**tax credit**” (ovvero “va dove ti porta il mercato”...) - ha finito per produrre **derive mercatiste** e **paradossi surreali**, per cui le maggiori imprese di produzione audiovisiva nazionale sono sì cresciute dimensionalmente, ma sono state acquistate da gruppi multinazionali stranieri...

E, per quanto gli italici ex proprietari di società come **Cattleya** (ormai controllata dal gruppo televisivo e mediale britannico **Itv**) e **Groenlandia** (ormai a maggioranza della francese **Banijay**) e **Picomedia** (ormai a maggioranza della francese **Asacha Media Group**) e **Wildside** (ormai a maggioranza **Fremantle** e quindi **Rtl**) sostengano che... “*nulla è cambiato*” nei loro processi decisionali e nelle linee editoriali delle imprese che hanno fondato (ed hanno poi venduto “allo straniero”), noi riteniamo che si tratti di processi insani, rispetto all’esigenza di tutelare al meglio un “**immaginario nazionale**”.

Noi crediamo che qualcosa sia cambiato in verità, con questi passaggi di proprietà.

Per capirci, che sia **Rai** o sia **Netflix** ad approvare il progetto di una serie televisiva... non è esattamente “la stessa cosa”, almeno dal punto di vista dell’immaginario nazionale.

Netflix risponde a regole che *non sono italiane* (che poi faccia un gran bel lavoro per la circolazione internazionale anche di opere audiovisive realizzate in Italia, è discorso altro...).

Derive di questo tipo se ne riscontrano in quantità: quanta parte dei palinsesti della nostra emittente di servizio pubblico radiotelevisivo sono di fatto “appaltati” a **multinazionali del format**, cosìperaltro deprimendo il potenziale creativo di talentuosi **autori interni Rai**?!

Da anni, soltanto un consigliere di amministrazione Rai denuncia - per lo più inascoltato - queste patologie: si tratta di **Riccardo Laganà**, non a caso non eletto dal Parlamento bensì dai dipendenti di Viale Mazzini.

Per produrre un programmino come “Non sono una signora” (che ha sdoganato le “drag queen” - sic - su Rai) si deve acquistare il format da Fremantle ovvero

Rtl?

Esempio più eclatante e recente: ieri sera (giovedì 6 luglio), il mediologo che cura questa rubrica ha dedicato un paio di ore della propria vita per vedere la seconda puntata del programma *“Non sono una signora”*, condotto elegantemente da **Alba Parietti**, trasmissione che merita attenzione per varie ragioni.

Tralasciamo che è anch'essa un assurdo *“adattamento” di un format straniero*, allorquando ci si domanda cosa ci sia di originale in una trasmissione del genere (un *“talent show”* assolutamente elementare) da giustificare il ricorso all'acquisto di un format (e vorremmo sapere con che costi sostenuti da Rai...): si tratta dell'olandese *“Make Up Your Mind”*, prodotto da **Fremantle** (società di produzione britannica controllata dal gruppo televisivo e mediale lussemburghese **Rtl**)...

La questione riguarda anche **Rai**, e direttamente e per altre ragioni: si lancia in prima serata su **Rai2** un programma che vorrebbe *“sdoganare”* il fenomeno delle *“drag queen”* sulla televisione generalista (finora ci si era limitati a *“Drag Race Italia”*, trasmesso sulla piattaforma di **Discovery+** nel 2021 e 2022 e su **Paramount+** nel 2023, ed in chiaro su **Real Time** - gruppo Discovery - anch'esso adattamento di un format, in questo caso statunitense).

Ben venga - sia ben chiaro - questa eccentrica *“apertura mentale”* della Rai, seppur certamente non apprezzata da associazioni *“tradizionaliste”* come **Pro Vita & Famiglia**, ma leggere sul comunicato stampa di Viale Mazzini che si tratterebbe di *“una delle forme espressive che, in questi anni, ha conquistato il pubblico di tutto il mondo: anche in Rai, infatti, si alza il sipario sull'arte performativa delle Drag Queen”* ... provoca un sorriso per la evidente ipocrisia.

Non staremo qui a domandarci quanto questa *“forma espressiva”* (sic) abbia realmente *“conquistato il pubblico”* (dove? quando? come?), convinti che si tratti in verità di una **piccola nicchia** socialmente marginale, ma qui poniamo un problema che è squisitamente di *“politica culturale”*: ovviamente questa cosiddetta *“arte performativa”* è correlata anche alla **cultura “queer”**, che però durante tutto il programma è stata completamente ignorata! Non annacquata, ma azzerata (basti notare che, lungo tutto il programma, s'è sentita soltanto 1 volta una - ed en passant - la parola *“omosessuale”*, come se la questione fosse *“estranea”* rispetto al programma, ed il termine *“trans”* non è stato mai utilizzato...).

Un esempio classico di **azzeramento del potenziale culturale psico-sociale** del programma, ridotto a mera esibizione "spettacolare" di banali lustrini, look farseschi e ridicoli ancheggiamenti (ma, di grazia, dov'è "l'arte", in queste esibizioni / esibizionismi???)...

Meglio allora un programma sui "cosplayer", dove forse c'è maggiore... artisticità e finanche creatività!

E perché no, allora, un programma dedicato ai migliori "artisti di strada"?!

Questa sì sarebbe sensibilità artistica ed estensione dello spettro espressivo.

Questo sì sarebbe servizio pubblico, non scimmiettare penosamente l'offerta più becera della televisione commerciale.

Palinsesti Rai: programmi "cheap" in prima serata e programmi "di qualità" a mezzanotte? Cambierà qualcosa coi diarchi Roberto Sergio e Giampaolo Rossi?

E si tratta di quella stessa **Rai** che, sabato 2 luglio, trasmetteva invece un programma alto, come i "**Diversity Media Awards**", sullo stesso canale, ma facendo iniziare la trasmissione a mezzanotte: abbiamo denunciato la bassa pratica di palinsesto su queste colonne (vedi "Key4biz" del 3 luglio 2023, "[Rai, in onda i meritori 'Diversity Media Awards'. Peccato che sia mezzanotte](#)"). Ed è soltanto un esempio tra i tanti.

E che dire del programma trasmesso immediatamente dopo, ieri sera (notte)?! Un concorso musicale di qualità come "**Musicultura**" è stato messo in onda alle 23:30, sempre su **Rai2** (dopo "*Non sono una signora*"): si tratta della XXXIV edizione del "*Festival della Canzone Popolare e d'Autore Italiana*", svoltasi nello Sferisterio di Macerata.

Perché un programma "cheap" (e tendenzialmente - diciamolo! - "trash") come "*Non sono una signora*" in prima serata, mentre un programma colto ma assolutamente popolare (nel senso di "pop", fruibile e godibile nella sua spettacolarità) come "**Musicultura**" relegato verso la mezzanotte?!

Forse perché dietro "**Musicultura**" non c'è una potente multinazionale (vedi supra) o un potente agente (ormai sono gli "editori occulti" della Rai)???

Come è noto, oggi a Napoli vengono presentati i **palinsesti Rai**: riteniamo che poche (o forse nessuna) siano le novità frutto del “nuovo corso” determinato dai diarchi **Roberto Sergio** Presidente e **Giampaolo Rossi** Direttore Generale, che sono oggettivamente in carica soltanto da poche settimane.

Per le novità e per il presumibile “**cambio di rotta**” si dovrà attendere l’inverno, se non la primavera del 2024...

Ci si domanda però se un intellettuale da sempre attivo nell’ambito delle politiche culturali della destra come **Giampaolo Rossi** avrà la forza di scardinare **l’assetto Rai dipendente dalle logiche dell’immaginario multinazionale e globalista**.

Chi redige queste noterelle si schiera tra gli *anti-globalisti*, convinto che **gli Stati debbano rivendicare il proprio primato** anche nelle politiche culturali, non divenendo sudditi delle multinazionali dell’immaginario (le storiche “major” cinematografiche ormai multinazionali multimediali) e dei novelli “padroni del mondo” digitale (e - ahinoi - anche reale!), ovvero le cosiddette “**Gafam**” (**Alphabet** di Google, **Amazon**, **Apple**, **Meta** Platforms e **Microsoft**).

È questa una posizione tutt’altro che passatista e di retroguardia: è un approccio che “aggiorna” e rilancia le tesi del compianto **Pier Paolo Pasolini**, quando lamentava il *genocidio culturale* determinato dalla “cancellazione” dei dialetti nella cultura (anche televisiva) del nostro Paese...

Lo Stato nazionale deve contrastare sia i genocidi culturali sia le mutazioni antropologiche imposte dalla cultura apparentemente plurale ma sostanzialmente monodimensionale del capitalismo digitale (il “pensiero unico”...).

Per capirci, non è questione marginale che l’invadente **TikTok** (che sta alterando i meccanismi neuronali dei giovani, nel silenzio dei più) sia controllato da un gruppo imprenditoriale cinese... Si tratta di una questione delicata e strategica di “politica culturale” e di “politica digitale”.

Quote obbligatorie di “musica italiana” anche per le emittenti radiofoniche?

Il tema riemerge talvolta nel nostro Paese, ma in modo erratico e discontinuo, come è stato in occasione della proposta di legge che vorrebbe imporre una “quota obbligatoria” di musica italiana nelle emittenti radiofoniche (come peraltro avviene da anni in Francia), sia

per una esigenza culturale (*sovranoismo musicale*?!), sia per una esigenza economica (evitare di arricchire prevalentemente le filiali delle *multinazionali* musicali e multimediali americane, tedesche, giapponesi...).

Tesi rilanciata anche dall'eterodosso cantautore **Marco Castoldi** in arte **Morgan**, il quale sostiene di aver registrato una certa disponibilità da parte del Ministro della Cultura **Gennaro Sangiuliano** (Fratelli d'Italia), che però non ci risulta si sia finora pubblicamente pronunciato in materia.

Si ricordi che l'idea fu lanciata dalla "destra", sul modello francese e che pure era stata presa in considerazione, e nel 2017 anche dall'allora Ministro **Dario Franceschini (Partito Democratico)**. Una dichiarazione di Franceschini all'Ansa (20 novembre 2017) recitava: *"stiamo pensando di prevedere quote di obbligatorietà di trasmissione della musica italiana... In Francia, ci sono quote per le radio (il 40 %, introdotte nel lontano 1994 con la cosiddetta legge Jacques Toubon, n.d.r.). Noi vedremo. Potrebbe esserci una quota obbligatoria, oppure qualche forma di premialità per chi lo farà..."*.

Non se ne è fatto poi nulla.

Si ricordi anche che il leghista **Alessandro Morelli** (ex Direttore di **Radio Padania**) ha firmato nel 2019 una proposta di legge che prevedeva che, delle canzoni in radio, 1 su 3 dovesse essere italiana (si tratta dell'Atto Camera 1578, presentato il 6 febbraio 2019, *"Disposizioni in materia di programmazione radiofonica della produzione musicale italiana"*). L'iter della proposta si è arenato e peraltro Morelli (rieletto in Parlamento, deputato nella XVIII Legislatura ed oggi Senatore nella XIX) è stato nominato dal Governo Meloni Sottosegretario alla Presidenza del Consiglio dei Ministri con delega alla *Programmazione e Coordinamento Economico*. Nessuna traccia, nella nuova Legislatura, di quella idea...

Il Presidente della **Federazione dell'Industria Musicale Italiana** (Fimi) **Enzo Mazza** ha contestato queste ipotesi di "quote obbligatorie" nelle emittenti radiofoniche, in un articolo pubblicato il 2 novembre 2022 su *"Huffington Post"*, intitolato ["Nell'era dello streaming, il sovranismo musicale di Morgan è superato"](#). Il Presidente della Fimi ha contestato queste tesi "protezioniste", sostenendo che le caratteristiche strutturali del mercato attuale non richiedono simili vincoli, grazie alla disintermediazione ed alla democratizzazione dell'accesso ai prodotti musicali. Secondo Mazza (che pure rappresenta - si ricordi - soprattutto le "major"...) già attualmente il **"libero mercato"** ha determinato che circoli più musica italiana che internazionale nel sistema radiofonico del nostro Paese.

Non ci risulta esistano dati statistici che possano dimostrare questa argomentazione, ma permane il dato di fatto - non marginale - che la gran parte di questa musica "italiana" è prodotta da società multinazionali **non italiane**...

E crediamo che questo "qualcosa" significhi, nell'**economico** e nel **semiotico** del sistema culturale... Chi ha avuto interesse a pompare così tanto la deriva della musica italiana verso il **rap** e la **trap**??? Quanto questi generi musicali - e soprattutto i testi che veicolano - stanno influenzando l'immaginario delle giovani generazioni?!

Su questi temi, a livello più "macro" (la difesa dell'identità culturale nazionale, al di là delle peculiarità dei vari settori delle industrie culturali e creative), comunque quasi nulla s'è sentito "a sinistra" e poco "a destra": tra i pochi, a destra, quel **Maurizio Gasparri** (Forza Italia) a suo tempo come Ministro delle Comunicazioni e più recentemente Vice Presidente del Senato (vedi "Key4biz" del 21 marzo 2023, "[Scontro Meta vs Siae: la battaglia Siae è d'avanguardia o retroguardia?!](#)"). Gasparri è in effetti uno dei rari parlamentari italiani che ha affrontato - e da anni - il problema del "**value gap**" ovvero il trasferimento di ricchezza a favore delle multinazionali digitali, a svantaggio dei creativi: la questione è certamente anche economica, ma anche politica, culturale.

La rivendicazione di una identità culturale nazionale nel villaggio globale. La convergenza tra esigenze di "sovranoismo culturale" e "sovranoismo digitale"

Questa rivendicazione passa dal "micro" al "macro" e riguarda anche **Telecom Italia** così come **Mediaset**.

Gruppi industriali e mediali di questo livello debbono restare italiani.

Oggi **Massimo Taddei**, sul quotidiano "Domani", in un articolo ben intitolato "*Una Fininvest italiana, nel bene e nel male*", segnala come l'effetto del testamento di **Silvio Berlusconi** sembra poter evitare il rischio che il maggior gruppo televisivo privato del Paese possa essere "scalato" da gruppi stranieri...

La rivendicazione di una "italianità" non è esercizio retorico o passatista: questo "**sovranoismo culturale**" dovrebbe concretizzarsi anche nella rivendicazione di un **controllo pubblico (statale) degli algoritmi**, come teorizza da anni un mediologo appassionato qual è **Michele Mezza** (che è contributore anche "Key4biz").

I concetti di “**sovranoismo culturale**” e “**sovranoismo digitale**” convergono sempre più ormai, e passano attraverso i contenuti e le reti (come s’usava dire un tempo), le opere creative e gli algoritmi che orientano l’offerta (anzi la eterodirigono, nella incoscienza dei più).

Agcom interviene con una segnalazione al Governo su “quote” e “tax credit”...

L’argomento “quote obbligatorie” è oggetto di una elaborazione resa nota proprio oggi, venerdì 7 luglio, dall’**Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni**.

La “segnalazione” al Governo è stata assunta dal Consiglio dell’Autorità martedì della scorsa settimana, 27 giugno, ma ne è stata data pubblicità soltanto oggi venerdì 7 luglio: forse in tempo utile nelle more della riunione per la *revisione del “tax credit”* convocata per lunedì prossimo 10 luglio dalla Sottosegretaria leghista **Lucia Borgonzoni** al Ministero della Cultura?!

Agcom ritiene opportuna una “**revisione**” del **quadro legislativo**, ed interviene sia in materia di “**quote obbligatorie**” sia in materia di “**tax credit**” (vedi *supra*).

La segnalazione è il risultato di evidenze derivanti dalle attività di verifica annuale e di monitoraggio condotte dall’Autorità, dalla consultazione pubblica che ha portato all’adozione del nuovo “Regolamento” in materia di obblighi di programmazione e investimento a favore di opere europee e di opere di produttori indipendenti, nonché dal confronto con gli operatori, che ha avuto luogo in occasione del convegno “*Restate con noi. Storie, identità, valori nella Tv che cambia*”, organizzato dall’Autorità lo scorso 24 maggio (iniziativa in verità svoltasi in modalità semi-clandestina e senza alcuna ricaduta mediatica...).

In sintesi, l’Autorità invita il Governo a valutare **l’opportunità di un ripensamento** dell’attuale impianto del sistema delle cosiddette “quote europee” e “sottoquote”, estremamente dettagliato e rigido, in direzione di una maggiore **semplificazione, flessibilità e trasparenza**. In sostanza, allentare le rigidità...

Inoltre, l’Autorità evidenzia l’opportunità di una **riflessione** su modalità, organizzazione e criteri di applicazione del “tax credit”, uno strumento che ha contribuito allo sviluppo del settore audiovisivo, ma che oggi agisce in un contesto notevolmente mutato. Peraltro, una valutazione appare necessaria anche sulla opportunità di definizione di strumenti di

sostegno alla crescita della produzione audiovisiva nazionale, previsti dalla legge n. 220/2016 (la cosiddetta “*Legge Franceschini*” su cinema e audiovisiva), ma “*privi al momento di una concreta attuazione*” (affermazione assai forte e dura, questa!).

Infine, l’Autorità segnala la necessità di una riflessione, da promuovere anche a livello europeo, su una definizione di “**produttore indipendente**” omogenea tra tutti gli Stati membri, per superare una evidente **incongruenza** nella valutazione del ruolo di controllo o collegamento con i fornitori di servizi media, con l’effetto di **penalizzare i produttori nazionali**.

La decisione dell’Agcom va nella direzione giusta?!

Forse sì, forse no.

Perché, se è vero che forse le “*quote*” e le “*sotto-quotes*” sono strumenti talvolta rigidi, ci si domanda se essi si siano rivelati realmente funzionali rispetto alle questioni che qui poniamo: **la difesa dell’italianità del sistema culturale nazionale**, sia a livello di creatività sia a livello di imprenditorialità.

E francamente nutriamo peraltro perplessità rispetto all’adeguato monitoraggio da parte dell’Autorità di norme e regolamenti in materia di “*quote obbligatorie*” e “*produttori indipendenti*”, ma questo è un altro discorso...

E sarebbe interessante conoscere cosa pensano oggi, dello scenario in essere, lontani alfiere della giusta battaglia per le “*quote*” come l’ex Presidente della Commissione Cultura del Parlamento **Roberto Barzanti** e l’ex Sottosegretario alle Comunicazioni **Vincenzo Vita** (entrambi afferenti a quella che oggi definiremmo “*area dem*”)...

Battaglia purtroppo *persa* o battaglia ancora *attuale*, nel novello habitat *digitale*?!

La questione che qui poniamo si collega anche ad un’altra battaglia, che riguarda il “**sovranoismo linguistico**” (sul tema, si rimanda all’equilibrata analisi critica di **Claudio Marazzini**, pubblicata il 13 aprile 2023, sul sito web dell’**Accademia della Crusca**, “[Nuove leggi sull’italiano. Ma sono davvero “politica linguistica”?](#)”): ha senso che anche le massime istituzioni dello Stato si adattino al **dominio anglofono**, lingua prepotente e quasi monopolista del capitalismo digitale?!

Lanciamo il tema “**sovranoismo culturale**” su queste colonne del quotidiano “*Key4biz*”, confidando che possa stimolare un dibattito ampio e plurale: queste sì sono tematiche di

“politica culturale” alta (sistemica e strategica), sulle quali il Ministro **Gennaro Sangiuliano** potrebbe avviare un confronto con i principali protagonisti del sistema culturale nazionale.

(*) *Angelo Zaccone Teodosi è Presidente dell'Istituto italiano per l'Industria Culturale - IsICult (www.isicult.it) e curatore della rubrica IsICult “[ilprincipenudo](#)” per “Key4biz”.*

[Link all'articolo originale](#)